

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat dijabarkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Semakin tinggi keandalan produk tabungan Bank BJB maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah. Responden pada penelitian ini rata-rata adalah pegawai swasta dan lainnya. Dimana lainnya ini adalah berprofesi sebagai ibu rumah tangga, pensiunan, wiraswasta. Dimana sesuai dengan pernyataan nasabah di pernyataan terbuka banyak yang mengatakan pentingnya keandalan suatu produk untuk dapat memenuhi kebutuhan nasabah perlu ditingkatkan sehingga nasabah akan loyal.
2. Semakin tinggi Nilai Kenyamanan maka semakin turun pula loyalitas nasabah yang diciptakan.
3. Semakin tinggi komitmen nasabah terhadap produk dan bank maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah yang dihasilkan. Apabila pihak bank selalu memberikan pelayan terbaiknya serta produk yang memenuhi kebutuhan bisa dipastikan nasabah akan setia.
4. Semakin tinggi keandalan, dan komitmen maka semakin meningkat pula loyalitas nasabah yang akan diciptakan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak lepas dari adanya keterbatasan, dimana keterbatasan penelitian ini adalah :

1. Peneliti kesulitan mencari responden dikarenakan peneliti melakukan pencarian responden di Bank BJB Kcp Klampis dimana para nasabah hanya beberapa dalam sehari. Namun , peneliti mencari responden dari pihak-pihak yang menjadi nasabah yang berada dalam institusi seperti Poltekkes Kemenkes Surabaya serta Poltekel Negeri Surabaya , Sman 1 Surabaya , dan Pabrik *Sky Way*
2. Beberapa responden ada yang tidak mengisi pertanyaan terbuka dalam kuesioner
3. Sebagian responden mengisi identitas secara tidak lengkap salah satunya yakni nomor telepon

5.3 Saran

Berdasarkan hasil yang telah ditemukan dalam penelitian, adapun saran yang dapat diberikan, yakni :

1. Bagi Bank BJB

Berdasarkan penilaian tanggapan responden pada item keandalan. Untuk itu Bank BJB sebaiknya memberikan produk dengan keunggulan yang tidak dimiliki oleh mayoritas bank lain. Dengan adanya produk yang bisa diandalkan maka pihak bank BJB bisa memperoleh loyalitas nasabah dan menambah nasabah baru. Berdasarkan penilaian tanggapan responden pada item nilai kenyamanan mengenai pelayanan yang diberikan.

Diharapkan pihak Bank BJB memberikan pelayanan sebaik mungkin, kemudahan bertransaksi serta perlu meningkatkan kenyamanan di kantor agar nasabah bisa bertransaksi dengan cepat, nyaman, mendapatkan pelayanan yang baik dari pegawai bank. Agar tercipta loyalitas nasabah. Berdasarkan penilaian tanggapan responden pada item komitmen. Diharapkan pihak bank BJB bisa memberikan apa yang dibutuhkan nasabah. Apabila kebutuhan nasabah bisa dilayani dengan baik, tidak menutup kemungkinan nasabah akan melakukan transaksi ulang dan menggunakan produk lain yang ada di bank.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Model ini hanya mendukung sebesar 64,5% sehingga peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya yaitu layanan pertemuan, nilai sosial, kepercayaan, pengalaman pelayanan, kepuasan, harapan, dan layanan dependabilitas yang ada pada penelitian Peyman Jesri et.al (2013) sedangkan variabel lainnya seperti kepercayaan, komunikasi, penanganan konflik, dan kompetensi pada Zeyad EM.Kishada dan Norailis AB.Wahab (2013)

DAFTAR RUJUKAN

- Douglas Bonett and Thomas Wright. 2014 “Sample size planning for multiple correlation: reply to Shieh” *Psicothema* 2014, Vol. 26, No. 3, 391-394
- Fandy Tjiptono. 2016. *Pelanggan Puas Tak Cukup*. Edisi 1, Yogyakarta : Andi
- Imam Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi Kedelapan. Semarang: Universitas Diponegoro
- Ivonne Wood. 2012. *Layanan Pelanggan*. Edisi 1, Yogyakarta : Graha Ilmu
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen pemasaran Jilid 1*, Diterjemahkan oleh Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli, Edisi Millenium, PT. Prenhallindo, Jakarta. Januari, Hal : 26-27.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen pemasaran Jilid 2*, Diterjemahkan oleh Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli, Edisi Millenium, PT. Prenhallindo, Jakarta. Januari, Hal : 223.
- Laporan Posisi Keuangan Bank BJB dan Bank Jatim (<http://www.ojk.go.id>) diakses Tanggal 14 November 2016
- Mudrajad Kuncoro. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi 4. Jakarta : Erlangga
- Nina Rahmayanty. 2013. *Manajemen Pelayanan Prima*. Jakarta : Salemba Empat
- Jesri Peyman, Ahmadi Freydom, Fatehipoor Motreza. 2013, *Effect Relationship Marketing (RM) on Customer Loyalty (Case Study: Mehr Bank, Kermanshah Province, Iran)*
- Produk Tabungan Bank BJB (<http://www.bankbjb.co.id/>) diakses tanggal 16 November 2016
- Robbins, P Stephen and Judge A Timothy. 2014. *Perilaku Organisasi*. Edisi 16. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Implikasi pada Strategi Pemasaran. Edisi 1, Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Zeyad M.EM Kishada and Norailis Ab. Wahab. 2013, “*Factors Affecting Customer Loyalty in Islamic Banking: Evidence from Malaysia Banks*”