

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan di Surabaya dengan sampel akhir sebesar 120 responden nasabah Bank BNI di Surabaya dengan pengumpulan data menggunakan kuisioner. Berdasarkan hasil yang telah didapatkan melalui analisis yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik dengan aplikasi SPSS 16.0 dan WarpPLS 3.0 didapatkan hasil sebagai berikut :

1. Variabel *Self Service Technology* mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI di Surabaya.
2. Variabel Kualitas Layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI di Surabaya.
3. Variabel Hubungan Pemasaran mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI di Surabaya.
4. Variabel Kepuasan Nasabah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI di Surabaya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini tidak terlepas dari keterbatasan maupun kelemahan. Keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah tidak mendapatkan izin untuk melakukan penelitian langsung ke Bank BNI, susah mendapatkan responden yang bukan mahasiswa walaupun sudah menyebar ke berbagai tempat sehingga mempengaruhi jawaban responden.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada terdahulu dan penelitian sekarang, maka penelitian memberikan saran-saran yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan. Saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagi Bank BNI di Surabaya

Berdasarkan hasil penelitian ini pendapat responden yaitu :

- a. SST4 menyatakan bahwa fasilitas *mobile banking* yang kurang memuaskan, dimana Bank BNI perlu meninjau kembali fitur-fitur yang disediakan dan mempermudah cara menggunakan *mobile banking*.
- b. KL5 menyatakan bahwa suasana ketika berada dalam lingkungan Bank BNI tidak menyenangkan, Bank BNI lebih memperhatikan *layout* sesuai kebutuhan nasabah, diadakannya pelatihan *service excellent*.

- c. HP1 menyatakan bahwa karyawan tidak menjalin hubungan baik dengan nasabah seharusnya Bank BNI harus bisa menjalin hubungan dengan baik kepada nasabah agar nasabah tidak beralih ke bank lain.
- d. KN2 menyatakan bahwa kualitas layanan yang diberikan tidak memuaskan, Bank BNI harus memperhatikan kembali pelayanan yang kurang baik dan memenuhi apa yang diinginkan nasabah. Berdasarkan
- e. LN2 menyatakan bahwa produk yang dimiliki tidak terus dipilih nasabah sehingga Bank BNI harus lebih memperhatikan produk-produk yang diberikan dan produk tersebut memberikan keuntungan kepada nasabah agar nasabah tersebut terus memilih produk yang diberikan Bank BNI.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a) Karakteristik responden hendaknya mempertimbangkan status responden terkait dengan kedinasan, sebaiknya dipilih responden yang tidak memiliki ikatan kedinasan dengan obyek penelitian.
- b) Untuk obyek bank sesuaikan dengan variabel, apabila variabel menyangkut tentang teknologi gunakan bank yang memiliki teknologi yang bagus yang sesuai dengan kriteria Bank Indonesia.
- c) Untuk hasil yang lebih baik disarankan peneliti selanjutnya tidak hanya menggunakan data kuesioner saja, tetapi juga menggunakan data wawancara agar mendapatkan hasil yang lebih akurat.

- d) Memperluas wilayah penelitian sehingga bisa memperoleh gambaran penelitian yang lebih luas.



DAFTAR RUJUKAN

- Alma, Buchari. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Burhan Bungin. 2013. *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi* Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Cermen R. Wilson Van Voorhis, Betsy L. Morgan 2007, "Understanding Power and Rules of Thumb for Determining Sample Sizes". *Tutorial in Quantitative Methods for Psychology*. Vol. 3. Pp 43 - 50.
- Fandy Tjiptono. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* Yogyakarta : CV Andi Offset
- Gilaninia, Shahram, H. Shahi and S.J. Mousavian. 2011. "The Effect of Relationship Marketing Dimensions by Customer Satisfaction to Customer Loyalty". *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*. Vol. 3.No. 4. August: 74-84.
- _____, 2011. "The Effect of Relationship Marketing Dimensions by Customer Satisfaction to Customer Loyalty"
- Ikatan Bankir Indonesia. 2014. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta PT Gramedia Pustaka.
- Imam Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*
- _____, 2012. "Partial Least Squares: Konsep, Metode dan Aplikasi". Edisi 1. Universitas Diponegoro Semarang.
- _____, 2014. *Partial Least Square: Konsep, Metode dan Aplikasi*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Infobank. "Indonesia Bank Loyalty Index (Ibli) 2013-2014 Customer Satisfaction". *Majalah infobank*. 418 (Januari).
- _____, "Indonesia Bank Loyalty Index (Ibli) 2013-2014 Overall Loyalty". *Majalah infobank*. 418 (Januari)
- Juliansyah Noor. 2011. *Metode Penelitian* Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Julius R. Latumaerisa. 2011. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta : Salemba Empat

- Kasmir. 2012. *Manajemen Perbankan Jakarta* : Raja Grafindo Persada
- Kotler, Philip Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1, Jakarta Erlangga.
- Lizar Alfansi. 2010. *Financial Services Marketing Jakarta* : Salemba Empat
- Ludfi Djajanto, Umar Nimran, Srikandi Kumadji, Kertahadi.2014. *The Effect of Self-Service Technology, Service Quality, and Relationship Marketing on Customer Satisfaction and Loyalty*
- Mei Mei Lau, Ronnie Cheung, Aris Y. C. Lam, Yuen Ting Chu.2013. *Measuring Service Quality in the Banking Industry: A Hong Kong Based Study*
- Proenca, Joao F. and M.A. Rodrigues. 2011. *A comparison of users and non-users of banking self-service technology in Portugal. Managing Service Quality*. Vol. 21 No. 2: 192-210.
- Rambat, Lupioadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Jakarta*: Penerbit Salemba Empat
- Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti H. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Syofian Siregar,. 2013.*Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana Prenada
- Tony Wijaya.2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta. Penerbit : PT. INDEKS