

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis penelitian yang telah dilakukan sebelumnya maka dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Jatim Cabang Lamongan. Hal ini berarti bahwa kepercayaan nasabah kepada bank merupakan faktor yang menentukan keberlangsungan hubungan jangka panjang antara nasabah dan bank, yang pada akhirnya akan mempengaruhi loyalitas nasabah.
2. Komitmen berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Jatim Cabang Lamongan. Hal tersebut menunjukkan bahwa apabila komitmen yang terjalin dengan baik maka nasabah akan mempertahankan hubungannya dengan perusahaan yang kemudian tumbuh menjadi ikatan yang berkelanjutan sebagai dasar dari hubungan antara perusahaan dengan nasabah yang berdampak pada loyalitas nasabah tersebut.
3. Penanganan Konflik berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Jatim Cabang Lamongan. Ketika nasabah mendapatkan masalah atau bahkan sedikit kecewa, maka perusahaan harus segera merespon atau bertindak untuk menangani masalah tersebut agar tidak semakin rumit dan berkepanjangan. Hal tersebut menunjukkan bahwa apabila penanganan konflik direspon dengan cepat, maka nasabah merasa

peduli dan diperhatikan sehingga cenderung untuk setia terhadap produk Bank Jatim.

4. Komunikasi berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Jatim Cabang Lamongan, artinya dengan komunikasi yang baik dan jelas maka nasabah akan mengetahui informasi tentang produk/jasa yang ditawarkan oleh bank. Komunikasi merupakan alat perekat hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya, sehingga komunikasi mempunyai peran vital dalam membina hubungan jangka panjang .
5. Kepercayaan, komitmen, penanganan konflik dan komunikasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Jatim Cabang Lamongan. Dengan demikian dapat dikatakan peningkatan kepercayaan, komitmen, penanganan konflik dan komunikasi akan berpengaruh pada peningkatan loyalitas nasabah Bank Jatim Cabang Lamongan

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan, beberapa keterbatasan pada penelitian ini adalah :

1. Keterbatasan penelitian ini adalah kemampuan variabel bebas yang diteliti dalam menjelaskan loyalitas nasabah masih rendah, yang dapat dilihat dari nilai R^2 yaitu sebesar 0,202 atau 20,2%. Dengan demikian selebihnya 79,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

2. Penelitian ini juga masih sangat terbatas pada objek penelitian yaitu Bank Jatim Cabang Lamongan, sehingga hasil penelitian tidak dapat mencerminkan keadaan seluruh Bank Jatim.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, maka untuk kepentingan pihak perbankan, maupun ilmu pengetahuan selanjutnya disampaikan beberapa saran sebagai berikut.

1. Bagi Bank Jatim Cabang Lamongan, disarankan untuk :
 - Harus selalu menjaga kepercayaan nasabah, menjalin komitmen yang baik, merespon dengan cepat keluhan nasabah dan mampu menjalin komunikasi yang baik dengan nasabah. Keempat variabel tersebut merupakan faktor yang berpengaruh dalam menciptakan hubungan jangka panjang dari nasabah yang loyal. Nasabah yang loyal merupakan aset perusahaan yang berharga, yang mana harus dijaga dan dipertahankan oleh perusahaan.
 - Kepercayaan menjadi variabel pertama dalam peningkatan loyalitas nasabah. Faktor faktor yang dapat meningkatkan kepercayaan harus dipertahankan dan lebih ditingkatkan lagi agar tingkat kepercayaan semakin meningkat dan dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Pada faktor kepercayaan responden memberikan tanggapan paling tinggi yaitu mengenai Bank Jatim Cabang Lamongan sangat peduli terhadap keamanan bertransaksi dari nasabah. Bank Jatim Cabang Lamongan harus selalu bisa mempertahankan keamanan transaksi nasabahnya,

sehingga nasabah merasa nyaman dan aman dalam menyimpan uangnya. Responden memberikan tanggapan paling rendah mengenai Bank Jatim Cabang Lamongan konsisten dalam menyediakan pelayanan yang berkualitas. Untuk mengatasi hal ini Bank Jatim Cabang Lamongan dapat memberikan pelayanan yang berkualitas terhadap nasabahnya. Pelayanan yang diberikan harus cepat, tepat dan akurat. Untuk memberikan pelayanan yang berkualitas maka setiap karyawan dibekali dengan pengetahuan tentang dasar-dasar pelayanan yang sesuai dengan bidang pekerjaan yang akan dihadapi. Sehingga nasabah akan bisa terlayani dengan baik.

- Komitmen menjadi variabel terakhir dalam peningkatan loyalitas nasabah. Sehingga diperlukan peningkatan agar dapat seperti variabel yang lainnya. Faktor faktor yang dapat meningkatkan komitmen lebih ditingkatkan lagi agar tingkat komitmen semakin meningkat, dan dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Pada faktor komitmen responden memberikan tanggapan paling tinggi yaitu mengenai Bank Jatim Cabang Lamongan fleksibel dalam melayani kebutuhan saya. Untuk mengatasi hal tersebut maka Bank Jatim Cabang Lamongan Harus bisa menyesuaikan kondisi nasabah yang ada. Pada faktor komitmen, responden memberikan tanggapan yang paling rendah mengenai Bank Jatim Cabang Lamongan melakukan penyesuaian untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Misalnya apabila ada nasabah butuh akan menabung dan nasabah tersebut tidak bisa datang ke kantor, maka pihak bank harus jemput bola mengambil setoran nasabah tersebut.

Dengan melakukan penyesuaian terhadap kebutuhan nasabah, maka nasabah akan menjadi lebih mudah dalam melakukan transaksi dengan Bank Jatim Cabang Lamongan.

2. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk :

- Melakukan penambahan variabel. Pada penelitian ini variabel hanya difokuskan pada kepercayaan, komitmen, penanganan konflik dan komunikasi, sementara masih banyak variabel lain yang terkait dengan penelitian *relationship marketing* yang dapat dijadikan penelitian sesuai dengan penelitian terdahulu yang sudah ada yaitu *competence* dan *bonding* (Narteh, *et al.* 2013) dan *bonding* dan *satisfaction* (Alrubaiee, 2010) agar dapat diketahui secara pasti variabel apa saja yang mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Jatim Cabang Lamongan.
- Penelitian yang akan datang disarankan untuk melakukan perluasan objek penelitian yaitu Bank Jatim Cabang Lainnya sehingga dapat menggambarkan dan membandingkan antara Bank Jatim yang satu dengan yang lainnya.

DAFTAR RUJUKAN

- Alrubaiee, L., 2010. " Investigate the Impact of Relationship Marketing Orientation on Customer Loyalty: The Customer's Perspective". *International Journal of Marketing Studies*. Vol. 2, No. 1 : pp.155-174
- Assael. Henry, 2004. *Consumer Behavior : A Strategic Approach*, New York: Houghton Mifflin Company.
- Ball, D., Coelho, P.S., and Machas, A., 2004. "The Role of Communication and Trust in Explaining Customer Loyalty: an Extention to The ECSI Model", *European Journal of Marketing*, Vol. 38, No. 9/10, pp.1272-1293
- Barnes, James G. 2003. *Secrets Of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Edisi 1. Diterjemahkan Oleh Andreas Winardi,Spd. Yogyakarta: Andi
- Bramson, Robert, 2005. *Customer Loyalty*. Jakarta: Prestasi Pustaka
- Bruce, A. dan Langdon, K., 2004. *Mengutamakan Pelanggan: Putting Customer First*. Jogjakarta: Zenith Publisher
- Chan, Syafruddin, 2003. *Relationship Marketing : Inovasi Pemasaran yang Membuat Pelanggan Bertekuk lutut*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Cooper, Donald R. and Schindler, Pamela S., 2011. *Business Research Methods*, Mc. Graw-Hill Education
- Dharmmesta, Basu Swastha, 1999. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Dick, Alan S and Kunal Basu (1994). " Customer Loyalty : Toward an Integrated Conseptual Framework." *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.22, pp 99-113.
- Evans, Joel R and Laskin, Richard L. (1994), " The Relationship Marketing Process: A Conceptualization and Application," *The Industrial Marketing Management Journal*, Vol.22,pp14-17
- Farida Jasfar, 2005. *Manajemen Jasa : Pendekatan Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Imam Ghozali, 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- _____, 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Edisi 6. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Griffin, Jill, 2003. *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Airlangga.

- Hinnawi, Reena Samir El, 2011. "The Impact of Relationship Marketing Underpinnings on Customer's Loyalty (Case Study Bank of Palestine)". *International Journal of Business Administration* Vol. 2, No. 3. pp.83-93.
- Karsono, 2008. "Pengaruh Customer Satisfaction dan Trust terhadap Customer Loyalty sebagai Variabel Moderasi". *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 8, No. 1, pp. 1-18
- Kashif, M., Shukran, S. S. W., Rehman, M. A.& Sarifuddin, S., 2015. Customer satisfaction and loyalty in Malaysian Islamic banks: a PAKSERV investigation, *International Journal of BankMarketing* Vol. 33 No. 1, pp. 23-40
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2010. "*Principles of Marketing*" Eleventh Edition, Pearson, New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009 *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Ketiga Belas, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lovelock, C.H., dan Wright, L.K., 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks
- Malhotra, Naresh K., 2009. *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan Jilid 1*. Edisi keempat, alih bahasa Soleh Rusyadi Maryam, Jakarta: PT Indeks
- Mudrajad Kuncoro, 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga
- Morgan, R. M. & Hunt, S. D., 1994, The commitment-trust theory of relationship marketing, *Journal of Marketing* 58(3) pp. 20-38
- Narteh, B. , Agbemabiese, G.C. , Kodua, P & Braimah, M., 2013. Relationship Marketing and Customer Loyalty: Evidence From the Ghanaian Luxury Hotel Industry, *Journal of Hospitality Marketing & Management* 22 pp. 407-436
- Nirwana SK Sitepu, 1994. *Analisis Jalur (Path Analysis)*. Unit Pelayanan Statistika. Bandung: FMIPA Universitas Padjajaran.
- Ndubisi, Nelson O., 2007. "Relationship Marketing and Customer Loyalty", *Marketing Intelligence & Planning* , Vol 25 No. 1: pp. 98-106
- Nugroho J. Setiadi., 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Oliver, R.L., 1999. "Whence Consumer Loyalty", *Journal of Marketing*, Vol. 63, pp. 33-44

- Palmatier, R. W., Jarvs, C. B., Bechkoff, J. R. & Kardes, F. R., 2009. Role of consumer gratitude in relationship marketing, *Journal of Marketing* Vol. 73, pp. 1-45
- Peppers, Don and Rogers, Marta. 2004. *Managing Customer Relationship*. Canada : Wiley
- Rambat Lupiyoadi dan Hamdani A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Robinette, S., 2001. *Emotional Marketing: The Hallmark Way of Winning Customers for Life*. New York: Mc.Graw Hill Book Company.
- Putry Rosaliana, 2012, *Pengertian Komunikasi Pemasaran serta Segmentasi, Targeting, Positioning dan Diferensiasinya*, (Online), (<http://putryrosaliana.wordpress.com/>, diakses Oktober 2015).
- Singgih Santoso, 2010. *Statistik Multivariat Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Sasono, E., 2007. "Analisis Faktor-Faktor yang Menentukan Kepuasan Pelanggan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan Bank Syariah". Tesis Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Singh, J. and Sirdeshmukh, D., 2000. Agency and Trust Mechanisms in Customer Satisfaction and Loyalty Judgments. *Journal of the Academy of Marketing Science*, vol. 28, no.1, pp.150-167.
- Sivesan,S., 2012. Impact of Relationship Marketing on Customer Loyalty on Banking Sectors, *Journals of South Academic Research*. Volume 2, Issue 3, pp. 179-191
- Sugiyono, 2005. *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfabetha
- Suliyanto. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta : CV Andi Offset
- Tatik Suryani, 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Sheth, Jagdish N. dan Mittal, Banwari. 2004. *Customer Behavior: A Managerial Perspective*, Australia: Thomson, South-Western
- Temporal, Paul dan Martin Troot, 2002. *Romancing the Customer*. Terjemahan oleh Kusnandar. Jakarta: Salemba Empat
- Fandy Tjiptono, 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publising
- Utami, Christina Whidya, 2010. *Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat

Velnampy T. And Sivesan S., 2012. Customer Relationship Marketing and Customer Satisfaction: A Study on Mobile Service Providing Companies in Srilanka, *Global Industrial Engineering Letters*. Vol 2, No.6, pp 10-15

Wibowo, S., 2006. Analisis Implementasi CRM pada Industri Hospitality di Yogyakarta, *Jurnal ekonomi dan bisnis* ,Vol 14 No 2, pp 178-196

