

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan di wilayah Surabaya dengan sampel sejumlah 100 responden nasabah Bank BRI di Surabaya dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Berdasarkan hasil yang telah didapatkan melalui hasil analisis yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik dengan aplikasi SPSS 16,0 dan WarpPLS 3.0 didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah.
2. Kredibilitas karyawan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3. Citra karyawan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah.
4. Kepuasan nasabah berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan yang dialami peneliti dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Terdapat responden yang kurang antusias mengisi kuesioner sehingga kurang didaapatnya keseriusan responden . Namun hal ini bisa diantisipasi oleh peneliti dengan melakukan pendampingan pada saat pengisian kuesioner,

penjelasan terlebih dahulu mengenai tata cara pengisian kuesioner serta menghidupkan suasana menggunakan obrolan ringan.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan baik penelitian terdahulu maupun penelitian saat ini, maka peneliti memberikan saran yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan. Adapun saran-saran yang diberikan oleh peneliti sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya antara lain.

1. Bagi Bank BRI
 - a. Bank BRI di Surabaya diharapkan lebih meningkatkan lagi kualitas layanan, citra karyawan dan kepuasan nasabah karena dalam penelitian ini kualitas layanan, citra karyawan dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah.
 - b. Untuk meningkatkan kualitas layanan pihak bank bisa memperhatikan ketepatan waktu dalam melayani transaksi, dapat lebih memperhatikan nasabah, meningkatkan pelayanan yang tepat dan dapat lebih memberikan informasi yang akurat kepada nasabah.
 - c. Untuk meningkatkan citra karyawan pihak bank bisa lebih menjaga rahasia yang dimiliki oleh nasabah dan dapat memberikan rasa nyaman kepada nasabah dalam urusan bisnis.
 - d. Untuk meningkatkan kepuasan nasabah pihak bank bisa meningkatkan pemahaman karyawan terhadap minat nasabah, ketepatan waktu dalam melayani transaksi nasabah serta menjamin kerahasiaan nasabah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Memperluas wilayah penyebaran kuesioner penelitian sehingga bisa memperoleh gambaran penelitian yang lebih luas.
- b. Untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal maka di sarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengambil jumlah responden yang lebih banyak serta menambahkan jumlah variabel bebas misalnya citra bank, keramahan karyawan, kedekatan karyawan dan lain-lain.
- c. Dalam pengumpulan data selain dengan kuesioner ebaiknya peneliti juga melakukan wawancara agar dapat diperolehnya pemahaman yang lebih terhadap variabel penelitian.
- d. Peneliti hendaknya menyebarkan kuesioner ke seluruh lapisan usia.

DAFTAR RUJUKAN

- Chairun Nisa Halim, Tatik Suryani., “Pengaruh Keramahan, Kredibilitas Dan Citra Karyawan Terhadap Kedekatan Karyawan Dan Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Bank Konvensional Di Surabaya”. *Journal of Business and Banking*. Vol 3 No.1, pp. 81-92
- Evi Oktaviani Satriyanti., “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Bank terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Di Surabaya”. *Journal of Buisness and Banking*. Vol 2 No. 2, pp 171-184
- Imam Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi 3. Semarang.
- Imam Ghozali, Hengky, 2012. *Partial Least Squares Konsep, Metode Dan Aplikasi*. Semarang.
- Istijanto, 2009. *Aplikasi Prasktis Riset Pemasaran*: PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Latan, Hengky&Ghozali, Imam. 2012. *Partial Least Squares – Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 2.0*. Semarang :Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Majalah Info Bank. 2011 . Indonesia
- Malhotra. 2010. *Marketing Research* .5th Edition. Pearson Prentice Hall
- Mudrajad dan Kuncoro. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis &Ekonomi*. Edisi3.Yogyakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Ndubisi, Nelson Oly. 2007. Relationship Marketing and Customer Loyalty. *Marketing Intelligence & Planning*, vol 25 No. 1, pp. 98-106
- Rahmad Madjid. 2013. “Customer Trust as Relationship mediation Between Customer Satisfaction and Loyalty At Bank Rakyat Indonesia (BRI) Southeast Sulawesi”. *The International Journal Of Engineering And Science (IJES)*. Voleme 2, Issue 5, pages 48-60.
- Sularsi, Effed Darta Hardi ,Ferry Albizar. 2013. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Mikro Pada Bank PT.BTPN Argamakmur”. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Volume 14, Nomor 3.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : CV. ANDI OFFSET.

Sunarto, 2006. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. UTS Press. Yogyakarta.

Sugiyono. 2011. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: AFABETA

Sutisna. 2000 *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.

Tatik Suryani. 2008, *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Graha Ilmu.

Undang-undang Republik Indonesia, Nomor 10 tahun 1998 Tentang Perbankan.

Wijaya, Krisna, 2010, *Pemasaran Produk dan Jasa Perbankan, bahan Ceramah dan Kuliah pada sekolah staff dan pimpinan Bank (Sespi Bank)*, Jakarta: LPPI