

## **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) Hasil analisa tentang Kualitas Layanan menunjukkan bahwa faktor Jaminan lebih menentukan dibandingkan faktor lainnya. Namun disisi lain faktor Bukti Langsung merupakan faktor yang tidak dominan dimana nasabah mengesampingkan tampilan fisik dan lebih mengutamakan keamanan dalam bertransaksi di Bank Jatim Syariah di Surabaya.
- 2) Kualitas Layanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Jatim Syariah di Surabaya artinya jika Bank Jatim Syariah selalu menjaga dan meningkatkan kualitas layanannya, maka nasabah akan semakin puas akan harapannya yang telah terpenuhi.
- 3) Kepercayaan Nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Jatim Syariah di Surabaya artinya jika Bank Jatim Syariah senantiasa menjaga kepercayaan nasabah, maka akan berdampak pada nasabah yang semakin puas dan tidak menutup kemungkinan nasabah akan meningkatkan saldo tabungan maupun meningkatkan intensitas bertransaksi di Bank Jatim Syariah.

- 4) Kualitas Layanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Jatim Syariah di Surabaya artinya bahwa Bank Jatim Syariah tidak hanya menjaga dan meningkatkan kualitas layanannya saja untuk menjaga loyalitas nasabah namun diperlukan suatu langkah strategik untuk mempertahankan loyalitas nasabahnya.
- 5) Kepuasan Nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Jatim Syariah di Surabaya artinya loyalitas nasabah akan terbentuk jika nasabah merasa puas akan layanan yang diberikan bahkan jika Bank Jatim Syariah dapat memberikan layanan yang melampaui harapan nasabah.
- 6) Kedekatan Hubungan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Jatim Syariah di Surabaya artinya bahwa hubungan emosional yang terjalin antara pegawai Bank Jatim Syariah di Surabaya dengan nasabahnya secara tidak langsung akan berdampak pada loyalitas nasabah tersebut. Hal ini sangat menguntungkan bagi Bank Jatim Syariah jika sudah dapat menjalin ikatan tersebut dimana nasabah tidak akan berpindah ke Bank lain meskipun dengan iming – iming bagi hasil yang tinggi.
- 7) Religiusitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Jatim Syariah di Surabaya artinya bahwa faktor keagamaan tidak selamanya menjamin nasabah akan tetap loyal terhadap Bank Jatim Syariah.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu.

- 1) Faktor - faktor yang mempengaruhi Loyalitas dan Kepuasan Nasabah dalam penelitian ini hanya terdiri dari 4 variabel, yaitu Kualitas Layanan, Religiusitas, Kedekatan Hubungan dan Kepercayaan Nasabah sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi loyalitas dan kepuasan nasabah.
- 2) Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh responden tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya.
- 3) *Ajusted Goodness of Fit Indeks* (AGFI) pada SEM setelah revisi dalam penelitian ini masih berada pada nilai 0,870 dimana seharusnya berada pada nilai  $\geq 0,90$ .

### **5.3 Saran**

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, maka selanjutnya disampaikan beberapa saran sebagai berikut.

- 1) Bagi STIE Perbanas Surabaya, diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah khasanah jurnal tesis tentang loyalitas dan kepuasan nasabah dan juga sebagai referensi bagi mahasiswa lain yang ingin memperdalam penelitian terkait loyalitas dan kepuasan nasabah.
- 2) Bagi Bank Jatim Syariah Surabaya, dari hasil penelitian ini terdapat beberapa hal yang harus dibenahi diantaranya.
  - a) Dalam hal penentu Kualitas Layanan, faktor jaminan yang berupa petugas tampil profesional, petugas menawarkan produk investasi yang aman, petugas bersikap sopan serta petugas memiliki pengetahuan produk dengan

baik supaya tetap dipertahankan karena tanggapan responden terhadap hal ini sangat baik. Namun pada faktor bukti langsung yang berupa peralatan di *banking hall modern*, fasilitas yang ditawarkan menarik, penyampaian petugas akan produk Bank Jatim Syariah mudah dimengerti serta bangunan kantor sudah baik agar segera dilakukan evaluasi dan perbaikan secara berkelanjutan dikarenakan nasabah memberikan tanggapan yang kurang positif terhadap hal tersebut.

- b) Dalam hal Kedekatan Hubungan, keterlibatan nasabah dalam hal perbaikan serta pengembangan produk Bank Jatim Syariah sangat diperlukan dikarenakan kritik dan saran yang membangun dari nasabah akan semakin memperjelas gambaran akan baik tidaknya produk dan layanan yang diberikan oleh Bank Jatim Syariah.
- c) Dalam hal Kepercayaan Nasabah, diharapkan petugas Bank Jatim Syariah terutama petugas *service assistant* agar selalu dapat memberikan solusi akan permasalahan yang sedang dihadapi nasabah terkait dengan produk dan layanan yang diberikan yaitu dengan selalu melakukan *role play* akan pekerjaan yang dilakukan.
- d) Dalam hal Loyalitas Nasabah, penawaran bagi hasil yang tinggi serta iming – iming akan souvenir yang menarik dari Bank pesaing masih memikat nasabah *existing* Bank Jatim Syariah untuk berpindah ke Bank pesaing. Hal ini harus segera ditanggapi serius oleh manajemen Bank Jatim Syariah. Langkah konkretnya yaitu dengan melakukan *benchmark* ke Bank

pesaing terkait produk dan layanan yang diberikan serta selalu melakukan pendekatan interpersonal kepada nasabah.

e) Dalam hal Kepuasan Nasabah, layanan yang diberikan Bank Jatim Syariah ternyata belum membuat nasabah merasa puas dimana nasabah masih menganggap layanan yang diberikan Bank pesaing masih lebih baik dibandingkan dengan Bank Jatim Syariah. Untuk itu, manajemen Bank Jatim Syariah sebaiknya melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan standar layanan yang dilakukan baik di Cabang maupun di Cabang Pembantu Syariah di Surabaya.

3) Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat memperluas cakupan faktor – faktor penentu kepuasan dan loyalitas nasabah yang ada pada rujukan jurnal penelitian terdahulu dalam penelitian ini yang belum dapat dilakukan oleh penulis diantaranya :

- a) Persepsi, Identifikasi, Antusiasme, Perhatian, Penyerapan dan Interaksi yang dibahas dalam jurnal penelitian Fung So, *et al* (2014)
- b) Citra Mental yang dibahas dalam jurnal penelitian Nejad, *et al* (2014)
- c) Ketulusan, Personalisasi dan Formalitas yang dibahas dalam jurnal penelitian Kashif, *et al* (2015)
- d) Prinsip syariah yang dibahas dalam jurnal penelitian Hidayat, *et al* (2015)
- e) Kepatuhan dan Citra Merek yang dibahas dalam jurnal penelitian Ayuni, *et al* (2015).

## DAFTAR RUJUKAN

- Agusta L Repi dan Dedy Baramuli. (2011). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Mandiri Tbk Manado, *Jurnal Inovasi Manajemen*. Volume 8 Nomor 2.
- Bank Indonesia (<http://www.bi.go.id/>, diakses tanggal 11 Juni 2017)
- Bayu Widya Hastoro dan Sri Rumani. (2016). Pengaruh Ketersediaan Koleksi Buku Fiksi terhadap Minat Kunjung Siswa di Perpustakaan SMK Muhammadiyah Gamping Yogyakarta, *Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. Volume XII Nomor 1.
- Chairun Nisa Halim dan Tatik Suryani. (2013). Pengaruh Keramahan, Kredibilitas dan Citra Karyawan terhadap Kedekatan Karyawan dan Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Bank Konvensional di Surabaya. *Journal of Business and Banking*. Volume 3, No. 1, pages 81 – 92.
- Deby Meigy Arzena. (2013). Pengaruh Kepuasan atas Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Muaro Padang, *Jurnal Manajemen*. Vol 2, No 2.
- Ferdinand, A, 2002. Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*. Semarang.
- Ghozali, I, 2008. Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 16.0. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*. Semarang.
- Gusti Ayu Putu Ratih Kusuma Dewi, Ni Nyoman Kerti Yasa dan Putu Gde Sukaatmadja. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT BPR Hoki di Kabupaten Tabanan, *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 3.5 : 257-275.
- Hasan, Ali, 2010. Marketing Bank Syariah Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah. *Ghalia Indonesia*. Bogor.
- Hasan, M. Iqbal, 2002. Pokok - Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya. Cetakan Pertama. *Ghalia Indonesia*. Jakarta.

- Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yuliati. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung, *DeReMa Jurnal Manajemen*. Vol. 11 No. 2.
- Junai Al Fian. (2016). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume 5, Nomor 6.
- Kevin Kam Fung So, Ceridwyn King, Beverley A. Sparks and Ying Wang. (2014). The Role of Customer Engagement in Building Consumer Loyalty to Tourism Brands, *Journal of Travel Research*. 1-15.
- Komar Hariyanto. (2014). Faktor - faktor Penentu Kualitas Hubungan dan Kedekatan Hubungan dalam Pemberian Layanan Kredit Perbankan kepada Usaha Mikro serta pengaruhnya terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. *Journal of Business and Banking*. Volume 4, No. 2, pgs 231 – 244.
- Kotler. P, 2007. Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. PT. Prehallindo. Jakarta.
- Kotler dan Keller, 2014. Marketing Management Edisi 14, *Global Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Leila Rahmani-Nejad, Zahra Firoozbakht, Amin Taghipoor. (2014). Service Quality, Relationship Quality and Customer Loyalty (Case Study: Banking Industry in Iran), *Journal of Social Sciences*. 2, 262-268.
- Marsha Novella Putri dan Arry Widodo. (2016). The Influence of Service Quality to Costumer Satisfaction Indihome on Wilayah Antapani Kota Bandung, *E-Proceeding of Management*. Vol. 3. No. 3 Page 3596.
- M Nur Ghufron. (2016). Spiritualitas dan Kesuksesan Belajar: Studi Meta Analisis. *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*. Vol. 11, No. 2.
- Muhammad Kashif, Sharifah Suzana, Wan Shukran, Mohsin Abdul Rehman, Syamsulang Sarifuddin. (2015). Customer Satisfaction and Loyalty in Malaysian Islamic Bank, *International Journal of Bank Marketing*. Vol. 33 Iss 1 pp.
- Mubbsher Munawar Khan and Mariam Fasih. (2014). Impact of Service Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty: Evidence from Banking Sector, *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*. Vol. 8 (2), 331-354.

Muhammad Turki Alshurideh. (2017). The Impact of Islamic Banks' Service Quality Perception on Jordanian Customers Loyalty, *Journal of Management Research*. Vol. 9, No. 2.

Muhammad, 2008. Metodologi Penelitian Ekonomi Islam. *PT. Raja Grafindo Persada*. Jakarta.

Otoritas Jasa Keuangan (<http://www.ojk.go.id/>, diakses tanggal 11 Juni 2017)

Rachmad Hidayat, Sabarudin Akhmad dan Machmud. (2015). Effects of Service Quality, Customer Trust and Customer Religious Commitment on Customer Satisfaction and Loyalty of Islamic Banks in East Java, *Al-Iqtishad*. Vol. VII No. 2.

Rashed Al Karim. (2014). Customer Satisfaction on Service Quality in Private Commercial Banking Sector in Bangladesh, *British Journal of Marketing Studies*. Vol.2, No.2, pp.1-11.

Risca Fitri Ayuni, Ananda Sabil Hussein dan Radityo Handrito. (2015). Role of Religion Motives and Brand Image Towards Consumer Satisfaction and Consumer Loyalty of Islamic Banking, *Centre for Indonesian Accounting and Management Research*. Vol. 23, No. 2.

Sadar Pakarti Budi. (2015). Model Struktural Pengembangan Daya Saing Destinasi Wisata Studi Kasus Kota Jakarta, *University Research Colloquium*.

Sartika Moha dan Sjendry Loindong. (2016). The Analysis of Service Quality on Customer Satisfaction and Facilities in Hotel Yuta Manado, *Jurnal EMBA*. Vol.4 No.1 Hal. 575-584.

Siti Chairani Umasugi. (2013). Hubungan antara Regulasi Emosi dan Religiusitas dengan Kecenderungan Perilaku Bullying pada Remaja. *Empathy Jurnal Fakultas Psikologi*. Vol 2 No 1.

Tjiptono, Fandy, 2009. Service Marketing: Esensi dan Aplikasi. *Marknesis*. Yogyakarta.

\_\_\_\_\_, Fandy, 2011. Service Quality and Satisfaction. Edisi 3. *Andi Offset*. Yogyakarta.

\_\_\_\_\_, Fandy, 2012. Service Management Edisi 2. *Penerbit Andi*. Yogyakarta.



Tri Hari Koetanto. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya, *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*. Vol. 3 No. 10.

Zainullah Achsan, Nawazirul Lubis dan Widayanto. (2014). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kedekatan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen (studi kasus Ina Swiss Optik Cabang Plaza Gajah Mada Semarang), *Diponegoro Journal Of Social And Politic*. Hal. 1-14.

