

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan di Surabaya dengan sampel akhir 100 responden dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Berdasarkan hasil dari analisis data yang terkumpul serta pengolahan analisis dengan menggunakan SPSS 17.00, menunjukkan bahwa :

1. Kepuasan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, sehingga hipotesis pertama tidak teruji kebenarannya.
2. Kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah, sehingga hipotesis kedua dapat diterima dan teruji kebenarannya.
3. Komitmen berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah, sehingga hipotesis ketiga dapat diterima dan teruji kebenarannya.
4. Kepuasan, kepercayaan, dan komitmen secara bersama-sama berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah, sehingga hipotesis keempat dapat diterima dan teruji kebenarannya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan saat ini masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan, di antaranya sebagai berikut :

1. Masih terdapat jawaban kuesioner yang tidak konsisten menurut pengamatan peneliti. Karena responden yang cenderung kurang teliti terhadap pernyataan yang ada sehingga terjadi tidak konsisten terhadap jawaban kuesioner. Hal ini

bisa diantisipasi peneliti dengan cara mendampingi dan mengawasi responden dalam memilih jawaban agar responden fokus dalam menjawab pernyataan yang ada.

2. Populasi penelitian ini merupakan nasabah yang perusahaannya memiliki mitra kerja dengan Bank Permata di Surabaya.
3. Penelitian ini hanya mengambil sampel sebanyak 100 responden.
4. Sedikitnya jumlah sampel yang diambil karena keterbatasan biaya dan tenaga peneliti.

5.3 **Saran**

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran sebagai masukan dan bahan pertimbangan. Adapun saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagi Bank Permata
 - a. Dilihat dari hasil olah data pada variabel kepuasan hasil yang paling rendah adalah item pernyataan mengenai lokasi Bank Permata. Pihak Bank Permata diharapkan bisa menyediakan lebih banyak lagi lokasi yang mudah dijangkau dan strategis bagi nasabah.
 - b. Dilihat dari hasil olah data pada variabel kepercayaan hasil yang paling rendah adalah item pernyataan mengenai konsistensi dalam memprediksi dan mempertimbangkan sesuatu. Pihak Bank Permata diharapkan bisa memberikan kepastian kepada nasabah mengenai informasi yang ada tentang produk atau jasa yang diberikan.

- c. Dilihat dari hasil olah data pada variabel komitmen hasil yang paling rendah adalah item pernyataan saya tidak akan berpindah menggunakan produk atau jasa selain Bank Permata. Pihak Bank Permata diharapkan bisa memberikan pelayanan yang baik, rasa aman dan nyaman kepada nasabah. Dengan demikian nasabah bisa lebih loyal terhadap Bank Permata.
2. Bagi peneliti yang akan datang
 - a. Agar mendapatkan suatu model penelitian yang baik dengan didukung oleh teori yang kuat disarankan untuk lebih memperbanyak referensi penelitian yang mampu mendukung topic yang diteliti.
 - b. Populasi supaya diperluas agar mendapatkan hasil yang lebih baik.
 - c. Jumlah sampel diperbanyak agar mendapatkan hasil yang lebih baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Dimitriades, Z. S. 2006. Customer satisfaction, loyalty and commitment in service organizations. *Management Research News*, 782-800.
- Erna Ferrinadewi dan Didit Darmawan. 2004. *Perilaku Konsumen : Analisis Model Keputusan*. Atmajaya Press. Yogyakarta.
- Erna Ferrinadewi. 2008. *Merek dan psikologi konsumen “Implikasi Pada Strategi Pemasaran”*. Graha Ilmu.
- Faizan Mohsan, Muhammad Musarrat Nawaz, M. Sarfraz Khan, Zeeshan Shaukat, Numan Aslam. 2011, *Impact Of Customer Satisfaction On Customer Loyalty And Intentions To Switch: Evidence From Banking Sector Of Pakistan*. University of the Punjab, Pakistan.
- Fandy Tjiptono, Gregorius chandra, Dadi Adriana. 2008. *Pemasaran Strategik*. Edisi pertama . Penerbit : Andi. Yogyakarta.
- Farida Jasfar. 2005. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Imam Ghozali. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indeks Service To Care Total Bank Konvensional Tahun 2011-2012. Diambil kembali dari internet <http://www.markplusinsight.com/in-media-service-to-care-index-2012.php>
- Jogiyanto. 2008. *Metodelogi penelitian system informasi: pedoman dan contoh melakukan penelitian di bidang system teknologi informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, Philip dan Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid pertama. Edisi tiga belas. Penerbit PT. Index. Jakarta.
- Malhotra, N. K. 2009. *Basic marketing research : a decision-making approach*. USA:Pearson.
- Robbin, P. Stephen 2006. *Perilaku Organisasi*. Edisi Lengkap. Indeks Gramedia.
- Sekaran, U 2007. *Research Methods For Bussines. Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Salemba.
- Sheth, dan Mittal. 2006. Konsep Loyalitas Pelanggan. Dalam Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* Malang: Bayumedia Publishing.

Solomon. 2008. Implikasi pada Strategi Pemasaran. Dalam T. Suryani, *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sugiyono, 2011. *Metode penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Tracey S. Dagger and Timothy K. O'Brien. 2010, *Differences In Relationship Benefits, Satisfaction, Trust, Commitment And Loyalty For Novice And Experienced Service Users*. UQ Business School, The University Of Queensland, Brisbane, Australia.

www.permatabank.com