

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Hasil dari penelitian yang sudah dijelaskan sebelumnya mengenai variabel kepuasan, loyalitas, niat beli dan kesediaan untuk membayar lebih yang sudah melalui proses pengolahan dengan menggunakan WarpPLS 6.0 maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kepuasan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas nasabah pada BCA.
2. Kepuasan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Niat Beli layanan pada nasabah BCA.
3. Loyalitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Niat Beli layanan pada nasabah BCA.
4. Loyalitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kesediaan untuk Membayar Lebih layanan pada BCA.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Setelah melakukan penelitian, peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

1. Kesulitan dalam mendapatkan tanggapan kuesioner yang disebar karena responden tidak merespon.
2. Sebagian jawaban responden kurang maksimal karena pernyataan di dalam kuesioner terlalu banyak.

3. Kendala yang bersifat situasional yaitu pengisian kuesioner yang dapat mempengaruhi jawaban responden, seperti pengisian kuesioner yang sering dilakukan dengan buru-buru sehingga dibantu pada saat pengisian dan membaca per indikatornya.
4. Peneliti kesulitan dalam mendapatkan buku referensi tentang pengolahan data SEM-PLS dan harus memahami dari awal tentang cara menguji menggunakan WarpPLS.

### 5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat dikembangkan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan antara lain:

1. Bagi Perusahaan BCA
  - a) Bank BCA diharapkan agar meningkatkan kualitas layanan nasabah agar nasabah lebih dimudahkan dalam bertransaksi.
  - b) Adanya peningkatan kualitas layanan yang diberikan, diharapkan dapat meningkatkan loyalitas nasabah terhadap Bank BCA sehingga nasabah dapat betrahan menjadi nasabah Bank BCA.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
  - a) Pada saat membuat kuesioner diharapkan menggunakan kalimat yang sederhana, efektif dan mudah dimengerti oleh responden.
  - b) Diharapkan peneliti lebih cermat dalam memantau responden saat melakukan pengisian kuesioner agar responden bisa lebih jujur dalam melakukan pengisian kuesioner.

## DAFTAR RUJUKAN

- Ajay Kaushik, N., & Potti Srinivasa, R. 2017. Effect of Website Quality on Customer Satisfaction and Purchase Intention in Online Travel Ticket Booking Websites. *Management*, 7(5), 168–173. <https://doi.org/10.5923/j.mm.20170705.02>
- Anwar, S. 2014. Metodologi Penelitian Bisnis. In Jakarta: *Salemba Empat*.
- Calvo Porral, Cristina, and Mark F. Lang. 2015. "Private labels: The role of manufacturer identification, brand loyalty and image on purchase intention." *British Food Journal*. 117.2 :506-522.
- Chen, Y., Fu, F. Q. 2015. The Behavioral Consequences of Service Quality: An Empirical Study in the Chinese Retail Pharmacy Industry. *Health Marketing Quarterly*, 32(1), 14–30.
- Demir, A., & Eray, O. 2015. *Effect of Non-Technical Dimensions of Service Quality on “ Satisfaction ”, “ Loyalty ”, and “ Willingness to Pay More ” of the Customers : the Case of Georgian Internet Service Providing Companies*. 5(1), 500–508.
- Demir, A., Talaat, K., & Aydinli, C. 2015. The Relations among Dimensions of Service Quality, Satisfaction, Loyalty, and Willingness to pay more: Case of GSM Operators Service at Northern-Iraq. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 5(4), 146–154. <https://doi.org/10.6007/ijarafms/v5-i4/1910>
- Hapsari, R., Clemes, M. D., & Dean, D. 2017. The impact of service quality, customer engagement and selected marketing constructs on airline passenger loyalty. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 9(1), 21–40. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-07-2016-0048>
- Imam Ghozali & Hengky Latan. 2014. *Partial Least Square Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 4.0*. Undip
- Pangandaheng, F. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Hadji Kalla Palu. *Jurnal of Business and Management Sciences*, 3(2), 51–67.
- Pu, W., Chen, K., & Shieh, M.-D. 2015. The effect of co-design and flow experience on customer satisfaction and purchase intention online. *Issues in Business Management and Economics*, 3(4), 59–66
- Priporas, C. V., Stylos, N., Vedanthachari, L. N., & Santiwatana, P. 2017. Service quality, satisfaction, and customer loyalty in Airbnb accommodation in Thailand. *International Journal of Tourism Research*, 19(6), 693–704. <https://doi.org/10.1002/jtr.2141>

Sekaran, Uma.,Bougie, Roger. 2016. *MetodePenelitianuntukBisnis*. Jakarta Selatan: SalembaEmpat.

Sinurat, M. S. E., Lumanauw, B., & Roring, F. 2017. Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga. *Jurnal EMBA*, 5(2), 2230–2239. Diambil dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/16522/1601>

Sugiyono. 2015. *MetodePenelitianManajemen*. Bandung :Alfabeta.

Taylor, A. Steven, Baker, L. Thomas, 1994, “An Assessment of The Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in The Formation of Consumers’ Purchase Intentions”, *Journal of Retailing*, Vol.70, Number 2, pp. 163- 178.

<https://www.bca.co.id/id/Tentang-BCA/Tata-Kelola-Perusahaan>

<https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>

