

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Dari serangkaian penelitian dan uji hipotesis, diperoleh kesimpulan bahwa kedekatan hubungan mampu memberikan kontribusi yang nyata terhadap kepuasan nasabah di Bank Mandiri Cabang Diponegoro Surabaya, sehingga baik dan buruknya kedekatan hubungan nasabah dengan karyawan, maka akan berpengaruh terhadap tinggi dan rendahnya kepuasan nasabah di Bank Mandiri Cabang Diponegoro Surabaya.

Kedekatan hubungan merupakan ciri organisasi usaha kecil yang menggambarkan kemampuan organisasi mengelola sumber daya yang mampu membedakan dengan organisasi lain. Hubungan dapat dibentuk melalui komunikasi dengan nasabah secara rutin. Karyawan Bank Mandiri Cabang Diponegoro Surabaya selalu memberikan jawaban dan solusi kepada nasabah yang sedang mengalami kesulitan terkait prosedur peminjaman (kredit) di Bank Mandiri Cabang Diponegoro Surabaya.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kualitas layanan yang terdiri dari keefektifan jaminan, akses, biaya, keterwujudan, portofolio jasa dan kehandalan mampu memberikan kontribusi yang nyata terhadap kepuasan nasabah di Bank Mandiri Cabang Diponegoro Surabaya, sehingga baik dan buruknya kualitas layanan yang diberikan oleh pihak bank, maka akan

berpengaruh terhadap tinggi dan rendahnya kepuasan nasabah di Bank Mandiri Cabang Diponegoro Surabaya.

Keefektifan dan jaminan merupakan gabungan antara kompetensi dan tingkat respon yang baik dari karyawan, serta faktor keamanan. Uang nasabah yang ada di tabungan dijamin tidak akan ada pengurangan atau pemotongan tanpa sepengetahuan nasabah, bilamana terjadi pengurangan atau pemotongan tabungan, pihak bank akan memberitahukan kepada nasabah.

Akses merupakan persepsi nasabah terhadap peralatan yang modern dan elemen- elemen penting yang menjamin akses yang mudah bagi transaksi. Persepsi nasabah terhadap peralatan yang modern dan elemen- elemen penting yang menjamin akses yang mudah bagi transaksi Bank Mandiri Cabang Diponegoro Surabaya, maksudnya bahwa nasabah dapat membayarkan uang pembayaran cicilan melalui ATM setor tunai, tanpa harus ke teller bank Mandiri

Biaya merupakan faktor yang berhubungan langsung dengan biaya- biaya yang dikenakan. Biaya- biaya yang dikenakan Bank Mandiri Cabang Diponegoro Surabaya cukup sesuai dan terjangkau. Maksudnya bahwa pihak Mandiri memberikan biaya ringan untuk provisi (potongan) yaitu sekitar 1% dari total pinjaman.

Portofolio layanan (*service portofolio*) merupakan sekumpulan produk, proyek, layanan jasa atau merek yang ditawarkan untuk dijual oleh suatu perusahaan atau perbankan, seperti layanan *phone banking* dan *sms banking*, layanan transfer antar bank melalui atm, e-banking dan mobile banking, dan layanan pembayaran melalui ATM, e-banking dan mobile banking.

Kehandalan dibentuk dari dua indikator yaitu sistem pengarsipan yang baik dan tidak terjadinya kesalahan dalam proses penyampaian jasa. Produk, layanan jasa atau merek yang ditawarkan untuk dijual oleh suatu perusahaan atau perbankan kepada nasabahnya cukup baik. Maksudnya pihak bank Mandiri jarang melakukan kesalahan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, jika terjadi kesalahan pihak bank mandiri langsung melakukan revisi, seperti salah pengetikan perjanjian kredit antara pihak bank dengan nasabah, pihak bank mandiri akan segera menginformasikan jika terjadi keterlambatan pencairan dana yang dijanjikan kepada nasabah

Hasil penelitian terakhir menunjukkan bahwa kepuasan nasabah mampu memberikan kontribusi yang nyata terhadap loyalitas nasabah di Bank Mandiri Cabang Diponegoro Surabaya, sehingga tinggi dan rendahnya kepuasan nasabah maka akan berpengaruh terhadap tinggi dan rendahnya loyalitas nasabah di Bank Mandiri Cabang Diponegoro Surabaya. Pelanggan yang merasa puas kalau harapan mereka terpenuhi dan merasa amat gembira kalau harapan mereka terlampaui. Pelanggan yang puas cenderung tetap loyal lebih lama. Pelanggan yang amat bergembira menciptakan keterkaitan emosional untuk produk dan jasa, bukan hanya pilihan rasional dan ini menciptakan loyalitas pelanggan yang tinggi.

## **5.2. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka ada beberapa saran yang diberikan untuk dijadikan bahan pertimbangan oleh pihak Bank Mandiri Cabang Diponegoro Surabaya :

1. Diharapkan pada Bank Mandiri Cabang Diponegoro Surabaya lebih memperhatikan komitmen Bank Mandiri Cabang Diponegoro Surabaya kepada nasabah dengan mewujudkan produk sesuai kualifikasi yang disepakati.
2. Diharapkan pada Bank Mandiri Cabang Diponegoro Surabaya lebih meningkatkan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah
3. Diharapkan pada Bank Mandiri Cabang Diponegoro Surabaya untuk lebih memperhatikan penggunaan peralatan modern dalam menunjang pelayanan kepada nasabah
4. Diharapkan pada Bank Mandiri Cabang Diponegoro Surabaya untuk lebih memperhatikan biaya yang dikenakan pada nasabah kreditnya, terutama terkait dengan suku bunga pinjaman dan suku bunga kredit yang masih tinggi dibandingkan dengan bank lain.
5. Diharapkan pada Bank Mandiri Cabang Diponegoro Surabaya untuk lebih memperhatikan suku bunga kredit di Bank Mandiri Cabang Diponegoro Surabaya
6. Diharapkan pada Bank Mandiri Cabang Diponegoro Surabaya untuk lebih meningkatkan kelengkapan ketersediaan peralatan pendukung di Bank Mandiri Cabang Diponegoro Surabaya
7. Diharapkan pada Bank Mandiri Cabang Diponegoro Surabaya untuk lebih memperhatikan layanan *phone banking* dan *sms banking* di Bank Mandiri Cabang Diponegoro Surabaya

8. Diharapkan pada karyawan Bank Mandiri Cabang Diponegoro Surabaya untuk lebih meningkatkan kemampuannya dalam memberikan penjelasan Bank Mandiri Cabang Diponegoro Surabaya
9. Diharapkan pada Bank Mandiri Cabang Diponegoro Surabaya untuk memperhatikan kepuasan nasabah terhadap pelayanan di Bank Mandiri Cabang Diponegoro Surabaya
10. Diharapkan pada Bank Mandiri Cabang Diponegoro Surabaya untuk merekomendasikan Bank Mandiri Cabang Diponegoro Surabaya kepada orang lain
11. Penelitian ini merupakan salah satu penelitian *structural* tentang hubungan pemasaran yang ditinjau dari sudut kedekatan hubungan, kualitas layanan (keefektifan jaminan, akses, biaya, keterwujudan, portofolio jasa, kehandalan), kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Dengan demikian penelitian ini diharapkan dapat mendorong penelitian-penelitian lainnya, baik dalam penelitian sejenis dengan data berlainan atau sampel yang lebih luas, maupun pemanfaatan hasil penelitian ini sebagai pedoman bagi penelitian lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Allred, Anthony T. and Addams, H. Lon, 2000, "Service Quality at Banks and Credit Unions: What Do Their Customers Say?. Managing Service Quality", *vol.10 no.1 pp.52-60*.
- Antariksa, Yodhia, 1 Desember 2007, *Strategi Dalam Bisnis*, [www.vibinews.com](http://www.vibinews.com) (15 April 2008)
- Arikunto S, 2006, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Ed Revisi VI, Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Asakdiyah, S, 2005, Analisis Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Dalam Pembentukan Intensi Pembelian Konsumen Matahari Group Di Daerah Istimewa Yogyakarta, *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*.
- Bahia, Kamilia Dan Jacques Nantel, 2000, "A Reliable And Valid Measurement Scale For The Perceived Service Quality Of Banks", *International Journal Of Bank Marketing*.
- Bloemer, 1998, "Investigating Drivers Bank Loyalty: The Complex Relationship Between Image, Service Quality And Satisfaction", *International Journal Of Bank Marketing, Vol 16 No 7*.
- Cronin, J.J. & Taylor S.A. "Measuring Service Quality: A Rexamination and Extension," *Journal Of Marketing. 56 (July)*.
- Darsono, Licen Indahwati, 2010, Hubungan Perceived Service Quality Dan Loyalitas: Peran Trust Dan Satisfaction Sebagai Mediator, *Jurnal Bisnis Perspektif (BIP's), Vol 2 No 1, Januari 2010*
- Dinda Monika Mediana Bahri, 2010, "Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan Dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah"
- Dutka, Alan, 1994, "AMA Handbook For Customer Satisfaction", Lincoln Wood-Illinois" NTC Business Books.
- Ferdinand, Augusty, 2002, *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen : Aplikasi Model-model Rumit dalam penelitian untuk Tesis Magister & DisertasiDoktor*, Fakultas Ekonomi Undip, Semarang

Griffin, Jill. 2003. *“Customers Loyalty edisi Revisi”*. Erlangga : Jakarta Hansen, Havard. 2003.

Hayzer dan Render, 2004, *“Operation Management”*, 7<sup>th</sup> Edition, Prentice Hall International, Inc, New Jersey

<http://www.kompas.com/suratpembaca>, dan <http://suarapembaca.detik.com>

Kotler, Philip, 2011, *Manajemen Pemasaran, Terjemahan*, Jilid I, Edisi Keenam, Penerbit Erlangga Jakarta.

-----, 1997, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kesembilan, PT. Dadi Kaguna Abadi.

-----, dan Kevin Leane Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1, Penerbit Erlangga Jakarta

-----, dan Amstrong, 2007, *Dasar - Dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Bahasa Indonesia, Penerbit Prehallindo, Jakarta

Kurzt, David L and Kenneth E. Clow, 1998, *“Service Marketing”*: John Wilwy & Sons, Inc

Laksana, Fajar, 2008, *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*, Edisi Pertama, Penerbit Graha Ilmu

Lassar W. M., Manolis C., and Winsor R. D., 2000, “Service Quality Perspectives and Satisfaction in Private Banking”, *Journal of Services Marketing*, vol. 14. No. 3

Lupiyoadi, Rambat, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Khadafi, Didi, 2008. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Bri Cabang Demak”. *Jurnal Universitas Diponegoro*.

Montfort, Masurel dan Rijn, 2000, *Service Satisfaction : An Empirical Analysis On Customer Satisfaction In Financial Services, The Service Industries Journal*, Vol 20 no. 3

Mowen John C dan Minor Michael, 2000, *Perilaku Konsumen*, Alih Bahasa Lina Salim, Jakarta Erlangga.

Oliver, Richard, 1997, "A Conceptual Model Of Service Quality And Service Satisfaction: Compatible Goal, Different Concept". *In advance in service marketing and management. Vol.2*

Rahim Mosahab, Osman Mahamad, T. Ramayah, 2010, "Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: A Test of Mediation", *International Business Research, Vol. 3, No. 4; October 2010*

Rangkuti, Freddy, 2002, "*The Power Of Brand, Teknik Mengelola Brand Equity Dan Strategi Pengembangan Merek*, Jakarta: Gramedia Pustaka"

Sentana, Aso, 2006, *Exxellent Service & Customer Satisfaction*, Jakarta: PT. Media Elex Komputindo

Sri Sumardiningsih, Wawan Sundawan, Lies Endarwati, Arif Wibow dan Yulia Ayriza, 2012, Pengaruh Dimensi Banking Service Quality (BSQ) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank, *Jurnal Economica, Volume 8, Nomor 2, Oktober 2012*

Subroto, Budiarto dan Nasution, Dolly Suntajaya. 2001, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Manajemen Usahawan Lembaga Manajemen FE UI. Jakarta.

Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung

Tjiptono, Fandy, 2000, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Penerbit Andi Yogyakarta

[www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)

Yavas, 1998, A Examination of the effect of product performance on brand reputation, satisfaction and loyalty, *European Journal of Marketing. Vol 24, p.213-216*

Yuswohadi dan Hermawan Kertajaya, 2005, "*Attracting Tourism Traders Investors Strategi Memasarkan Daerah Di Era Otonomi*", Jakarta : Pt Gramedia Pustaka Utama

Zeithaml, Valarie A., A. Parasuraman, and Berry L. Leonard, 1998, *Delivering Quality Service : Balancing Customer Perception and Expectation*, New York.

Zhilin Yang, Robin T. Peterson, 2004, dengan judul "customer perceived value, satisfaction, and loyalty: the role of switching costs", *Journal Psychology & Marketing, Vol. 21(10):799–822, October 2004*