

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis statistik dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan guna menjawab rumusan masalah. Beberapa kesimpulan tersebut terdiri dari :

1. Citra Merek berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah BCA di Surabaya, hal ini dapat dibuktikan dengan nilai T-statistik Citra Merek terhadap Kepuasan Nasabah sebesar 5,313 yang berarti lebih besar dari 1,96.
2. Nilai yang Dirasa berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah BCA di Surabaya, hal ini dapat dibuktikan dengan nilai T-statistik Nilai yang Dirasa terhadap Kepuasan Nasabah sebesar 2,871 yang berarti lebih besar dari 1,96.
3. Kepuasan Nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap *Word of Mouth* (WOM) nasabah BCA di Surabaya, hal ini dapat dibuktikan dengan nilai T-statistik Kepuasan Nasabah terhadap WOM sebesar 2,335 yang berarti lebih besar dari 1,96.
4. Citra Merek dan Nilai yang Dirasa berpengaruh positif signifikan terhadap *Word of Mouth* (WOM) dengan dimediasi Kepuasan Nasabah BCA di Surabaya, hal ini dapat dibuktikan dengan nilai T-statistik Citra Merek terhadap WOM sebesar 2,263 dan nilai T-statistik Nilai yang Dirasa terhadap

WOM sebesar 2,128 yang berarti keduanya memiliki nilai T-statistik lebih besar dari 1,96.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Setelah dilakukan penelitian terdapat beberapa keterbatasan yang dimiliki dalam penelitian ini. Keterbatasan penelitian akan diuraikan sebagai berikut :

1. Lokasi pengumpulan data yang hanya dilakukan di ATM yang berada di mall membuat peneliti cukup kesulitan untuk memilih responden nasabah tabungan BCA yang sesuai dengan kriteria untuk diteliti.
2. Proses pengumpulan data yang dilakukan di lebih dari dua lokasi, sehingga peneliti meminta bantuan rekan untuk menyebarkan kuesioner.

5.3. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan hasil analisis yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran yang dapat bermanfaat bagi pihak terkait :

1. Bagi BCA di Surabaya

Dari hasil analisis data saran yang diberikan oleh peneliti adalah BCA diharapkan dapat memberikan pelayanan yang lebih cepat dibandingkan sebelumnya, hal ini dapat dilakukan dengan cara manajemen disarankan menambah jumlah teller ataupun *costumer service* di beberapa kantor cabang sehingga dapat meningkatkan mutu kinerja Bank BCA di Surabaya.

2. Bagi Peneliti selanjutnya
 - a. Untuk memperoleh hasil yang lebih baik, maka peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi

Word of Mouth (WOM). Selain variabel bebas Citra Merek dan Nilai yang Dirasa serta variabel mediasi Kepuasan Nasabah. Seperti misalnya menggunakan variabel bebas Kualitas yang Dirasa.

- b. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah instrumen penelitian bisa dengan menambah jumlah indikator item pertanyaan.

DAFTAR RUJUKAN

- Fadlun. 2008. *Pengaruh Nilai Persepsi Pelanggan Terhadap Kepuasan*. Blogs UG Community.
- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : C.V Andi Ofset.
- Gounaris, Spiros P., Tzempelikos, Nektarios A., and Chatzipanagiotou, Kalliopi. 2007. "The Relationship of Customer-Perceived Value, Satisfaction, Loyalty, and Behavioral Intentions". *Journal of Relationship Marketing*. Vol. 6 (1). The Haworth Press, Inc.
- Hossain M. E. 2007. "An Evaluation of Brand Image, Product Attributes and Perceived Quality of a Selected Consume Non-durable Product". *Journal Administration and Management Review*. Volume 19, No. 2, August Page 48-67.
- Imam Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Ver 19*. Semarang : BP. UNDIP.
- _____, 2011. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: BP.UNDIP
- Iramani 2011. *Modul Statistika 2. Buku Untuk Kalangan Internal*. Surabaya: STIE Perbanas Surabaya.
- Juliansyah Noor. 2011. *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta : Kencana.
- Khraim, Hamza Salim, Al-Jabaly, Sameer M., dan Khraim, Aymen S. 2014. "The Effect of Perceived Value and Costumer Satisfaction on Perceived Price Fairness of Airline Travelers in Jordan". *Universal Journal of Management*. Vol. 2 (5). Pp 186-196.
- Kotler, Philip, dan G. Armstrong. 2008. *Principles of Marketing*. Jakarta : PT. Indeks.
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Vol. 1. Edisi 10. Jakarta : Fakultas Ekonomi, UI.
- _____, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga.

_____, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta : Penerbit Erlangga.

Lam, Desmond, Lee, Alvin, and Mizerski, Richard. 2009. "The Effects of Cultural Values in Word-of-Mouth Communication". *Journal of International Marketing*. Pp 55-70.

Latan, Hengky, dan Ghozali, Imam. 2012. *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 2.0*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Lloyd, Alison E. dan Sheriff, T.K. Luk. 2011. "Interaction Behaviors Leading to Comfort in The Service Encounter". *Journal of Service Marketing*. Pp 176-182.

Naresh K. Maholtra. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Edisi Keempat. Jakarta : Indeks.

Philip Kotler. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.

Saptaningsih Sumarmi. 2008. "Fenomena Word of Mouth Marketing dalam Mempengaruhi Keputusan Konsumen". Artikel Universitas PGRI Yogyakarta.

S. A. Surachman. 2008. *Dasar-dasar Manajemen Merek*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Malang : Bayumedia Publishing.

Sudharto P. Hadi. 2007. *Perilaku Konsumen*. Semarang : Universitas Diponegoro.

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

Timm Markensis. 2009. *Customer Satisfaction and Beyond*. Edisi Pertama. Yogyakarta.

Turkyilmaz, Ali, Oztekin, Asil, Zail, Selim, and Demirel, Omer Fahrettin. 2013. "Universal Structure Modeling Approach to Customer Satisfaction Index". *Journal Industrial Management & Data Systems*.

Uma Sekaran. 2007. *Research Methods for Bussines. Metodologi Penelitian*. Jakarta : Salemba.

Van Voorhis, Carmen R. Wilson dan Besty I. Morgan. 2007. *Understanding Power and Rules of Thumb for Determining Sample Size*. Vol. 3. Pp 43-50.

Yohanes Anton Nugroho. 2011. *It's Easy Olah Data Dengan SPSS*. Yogyakarta : Skripta Media Creative.

Yu, Jieun, Zo, Hangjung, Choi, Mun Kee, and Andrew P. Ciganek. 2013. "User acceptance of location-based social networking service: an extended perspective of perceived value". *Journal Online Information Review*.

2014. 7 Bank RI Masuk Daftar Top 500 Banking Brands 2014. (<http://bisnis.liputan6.com>), diunggah pada 18 Februari 2014 jam 21.05).