

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji hipotesa dan pembahasan yang telah dilakukan maka kesimpulan dari hasil penelitian ini dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. Citra Bank berpengaruh secara signifikan positif terhadap Kepercayaan Nasabah pada nasabah bank BRI. Dengan demikian Bank BRI akan mendapatkan nilai tambah seperti harga jual yang tidak terlalu rendah saat direkomendasikan kepada calon nasabah lain oleh nasabah bank BRI.
2. Kepuasan Nasabah berpengaruh secara signifikan positif terhadap Kepercayaan Nasabah pada nasabah bank BRI. Dengan demikian nasabah yang telah tercipta harapannya dan rasa puas para nasabah, nasabah akan percaya pada bank tersebut.
3. Kepercayaan Nasabah berpengaruh secara signifikan positif terhadap Komitmen Nasabah pada nasabah bank BRI. Dengan demikian nasabah bank BRI yang sudah menggunakan, merasa aman dan puas atas produk tersebut maka nasabah akan berkomitmen untuk menjaga hubungan jangka panjang pada bank.
4. Kepercayaan Nasabah merupakan mediasi pada pengaruh Citra Bank dan Kepuasan Nasabah terhadap Komitmen Nasabah pada nasabah bank BRI. Dengan demikian nasabah bank BRI yang memiliki kepercayaan terhadap pelayanan Bank dengan citra yang baik dan terpenuhi harapannya maka

nasabah akan merasa puas dan terbentuk keinginan untuk berkomitmen atau loyal dengan adanya rasa kepercayaan yang dimiliki nasabah terhadap bank.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Adapun keterbatasan tersebut antara lain adalah sebagai berikut :

1. Terdapat kendala yang bersifat situasional yaitu pengisian kuesioner yang dapat mempengaruhi jawaban responden, seperti jawaban dari responden tidak jujur dan kurang telitinya responden dalam membaca pernyataan di dalam kuesioner dikarenakan kurangnya keaktifan peneliti dalam mengontrol responden.
2. Kesulitan dalam mencari responden di dalam kantor bank karena secara prosedural membutuhkan waktu lama.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan baik penelitian terdahulu maupun penelitian saat ini, maka peneliti memberikan saran yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan. Adapun saran-saran yang diberikan peneliti sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya antara lain:

1. **Saran Bagi Bank BRI**

Berdasarkan hasil penelitian, nasabah tidak puas dengan produk/jasa bank BRI karena masih banyak komplain-komplain yang seharusnya cepat ditanggapi dan ditanggulangi jadi saran peneliti sekarang bank BRI harus memperbaiki atau

meningkatkan pengadaan layanan yang cepat dan tanggap agar dapat memberikan nilai tambah bagi bank kepada nasabah bank BRI.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Untuk memperoleh gambaran lebih obyektif yang baik, maka disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengambil dan menggunakan jumlah responden yang lebih banyak dari penelitian ini dan tidak terbatas pengambilan sampel hanya di Surabaya sehingga dapat lebih representatif.

Daftar Rujukan

- Bee Wah Yap., *et al* . 2012 . “ *Satisfaction and Trust on Customer Loyalty* “
Journal of Business Strategy Series vol. 4.
- Bilal Afsar.*et al.*, 2010,” *Determinants Of Customer Loyalty in the Banking Sector : The case of Pakistan* “. *African Journal of Business Management*
vol. 4.
- Danang Sunyoto, 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. 2008 .” *Pemasaran Jasa*”. Malang. Bayu Media Publishing
- Imam Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*.
Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen pemasaran*. Erlangga.
Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane. 2009, *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode riset untuk bisnis & ekonomi*. Erlangga.
Jakarta.
- Long-yi Lin, Ching-Yuh . 2010 . “*The Influence of corporate image, relationship marketing, and trust on purchase intention : the moderating effects of Word of mouth* “. *Jurnal of management*.
- Majalah *InfoBank*. 2012 : Januari-Juni no. 394.
- Malhotra, Naresh K. 2009. “*Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*”. Edisi Keempat. Jakarta . Indeks.
- _____, Naresh K. 2009. *Basic Marketing Research. Third edition*. New jersey.
Pearson Education.
- Sekaran,Uma. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi 4. Salemba empat.
JAKARTA.

<http://bri.co.id> (28/8/2013)