

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa hasil tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *customer service* BRI unit Narmada telah berjalan dengan memuaskan. Bank telah melakukan evaluasi kinerja *customer service* melalui *briefing* setiap minggunya. Dari hasil evaluasi responden menyatakan bahwa sebagian besar responden merasa puas atas pelayanan yang di berikan oleh *customer service* BRI unit Narmada.

- 1) Loyalitas nasabah terhadap pelayanan *customer service* BRI unit Narmada tergolong sangat tinggi dimana nasabah telah merasakan manfaat dari pelayanan *customer service* sehingga pelayanan tersebut di katakan baik.
- 2) Kepuasan yang di rasakan nasabah terhadap pelayanan *customer service* di BRI unit Narmada tergolong sangat tinggi dimana nasabah merasa puas terhadap kinerja yang dilakukan *customer service* dalam menawarkan produk dengan baik sehingga kepuasan tersebut dikatakan baik.
- 3) Kepercayaan nasabah terhadap *customer service* tergolong sangat tinggi dimana nasabah merasa percaya bahwa *customer service* mampu memberikan sambutan dengan baik kepada nasabah yang datang sehingga kepercayaan tersebut dikatakan baik.
- 4) Kualitas layanan terhadap *customer service* tergolong tinggi dimana nasabah merasa pelayanan *customer service* dapat memfasilitasi

keinginan dan kebutuhan nasabah sehingga kualitas layanan terhadap customer service di katakan baik.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di lakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat di jadikan pertimbangan untuk peneliti selanjutnya, antara lain :

1. Di harapkan untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan penggunaan metode selain kuesioner dalam pengumpulan data seperti menambahkan metode wawancara untuk mendapatkan data yang lebih valid.
2. Penelitian selanjutnya dapat mencermati terlebih dahulu subjek dan objek yang akan di gunakan dalam penelitian, sebagai pengumpulan data lebih tepat.

5.3 IMPLIKASI PENELITIAN

Berdasarkan hasil penelitian terdapat implikasi yang dapat diambil, antara lain:

- a. PT Bank Rakyat Indonesia unit Narmada telah memberikan kepuasan atas pelayanan yang di berikan terhadap nasabah khususnya dalam hal kinerja *customer service* yang mampu menawarkan produk dengan baik sesuai informasi yang di berikan oleh BRI unit Narmada.

- b. PT Bank Rakyat Indonesia unit Narmada khususnya bagian *customer service* sebaiknya perlu meningkatkan solusi yang di berikan terhadap permasalahan yang sedang di alami nasabah.
- c. PT Bank Rakyat Indonesia unit Narmada telah memberikan pelayanan terhadap nasabah dengan baik khususnya *customer service* yang disiplin dalam memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang telah di tentukan oleh BRI unit Narmada.
- d. PT Bank Rakyat Indonesia unit Narmada khususnya *customer service* sebaiknya mendengarkan saran dan keluhan dari nasabah sehingga bisa di jadikan masukan untuk pelayanan *customer service* agar dapat berkembang menjadi lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2017). Kualitas Pelayanan. *Manajemen Pemasaran*, 22.
- Armstrong, K. (2011). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Pearson.
- BRI. (2022, June 26). *Tentang BRI*. Retrieved from Sejarah Singkat Bank Rakyat Indonesia: <https://bri.co.id>
- BRI. (2022, June 27). *Tentang BRI*. Retrieved from Makna logo BRI: <https://bri.ci.id>
- Grafika, S. (1998). *Undang-Undang Perbankan No. 10 Pasal 1 Tahun 1998*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Kasmir. (2016). *Bank dan Lembaga Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Kasmir. (2017). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Kotler. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, K. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lusiah, D. (2018). *Loyalitas Pelanggan*. Medan: Deepublish.
- Maharani. (2016). Indikator Kepercayaan Nasabah. *Manajemen*, 22.
- Priansa. (2017). *Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Priansa. (2017). *Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Rizki, Z. (2018). Manfaat Loyalitas. *keuangan dan Perbankan*, 12.
- Sugiyono, D. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, D. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, D. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, D. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono. (2018). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Bayu Media.

Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Bayu Media.