

## BAB 5

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Dari pembahasan yang sudah ada sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Trust*. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tinggi rendahnya *Customer Satisfaction* menentukan kuat lemahnya *Customer Trust*.
2. *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Commitment*. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tinggi rendahnya *Customer Satisfaction* menentukan kuat lemahnya *Customer Commitment*.
3. *Customer Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tinggi rendahnya *Customer Trust* menentukan kuat lemahnya *Customer Loyalty*.
4. *Customer Commitment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tinggi rendahnya *Customer Commitment* menentukan kuat lemahnya *Customer Loyalty*.
5. *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tinggi rendahnya *Customer Satisfaction* menentukan kuat lemahnya *Customer Loyalty*.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah ruang lingkup penelitian yang sempit, jumlah responden yang terbatas, dan variabel yang diteliti hanya *Satisfaction*, *Trust*, dan *Commitment* terhadap *Customer Loyalty*, diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel-variabel lainnya yang berpengaruh terhadap loyalitas sehingga diharapkan penelitian selanjutnya akan lebih baik, serta diharapkan peneliti selanjutnya dapat memberikan pertanyaan yang jelas dan peneliti diharapkan tidak menutup pilihan netral pada kuesioner. Sebab, hal tersebut dapat menghalangi responden yang ingin memberikan jawaban netral pada kuesioner, padahal jawaban tersebut sesuai dengan apa yang dirasakannya.

### 5.2.2 Saran Praktis

Untuk BCA di Surabaya, penelitian ini dapat memberikan masukan sebagai berikut:

- a. Kepuasan nasabah penting untuk diperhatikan dan kepuasan terbentuk dari pelayanan yang baik yang dilakukan pihak BCA, kepuasan nasabah harus dapat dipenuhi sehingga dapat menciptakan loyalitas. Bank BCA di Surabaya diharapkan memperhatikan pelayanan baik secara langsung maupun tidak langsung dengan cara menambah *customer service* pada hari-hari tertentu untuk menghindari antrian panjang, menambah dan memperbaiki fasilitas sehingga nasabah bisa mengantri tanpa harus berdiri saat menunggu antrian untuk melakukan transaksi.
- b. Kepercayaan dihasilkan dari kepuasan nasabah, kepercayaan nasabah penting untuk diperhatikan, sehingga BCA harus dapat menciptakan kepercayaan nasabahnya untuk terus menggunakan BCA, dengan cara

menyediakan *website* yang aktif 24 jam untuk nasabah, agar bisa menceritakan keluhan dan dapat langsung ditanggapi oleh pihak BCA dengan segera, sehingga nasabah menjadi puas dan pelanggan percaya BCA dapat diandalkan sebagai bank yang memperhatikan nasabahnya.

- c. Komitmen nasabah penting untuk diperhatikan, komitmen dihasilkan dari kepuasan nasabah, sehingga BCA harus dapat menciptakan komitmen dengan memberikan *value*, dengan cara menambah produk-produk baru serta meningkatkan produk-produk yang sudah ada menjadi mudah dijangkau oleh nasabah, dan memberikan hadiah kepada nasabah agar mendapatkan pengalaman yang berkesan.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- About BCA Senantiasa di Sisi Anda, diakses 2 September, 2014, [http://www.bca.co.id/id/about/about\\_bca\\_landing.jsp](http://www.bca.co.id/id/about/about_bca_landing.jsp).
- Asyuti, R., Anggraini, D.M., Nasrullah, M., 2013. Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan Terhadap Loyalitas dengan Kepemimpinan Pengurus sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus BMT Bahtera, BTM di Pekalongan dan Kospin Jasa Syariah Cabang Pekalongan), *Jurnal Penelitian*, Vol.10 No.2, November: 254-273.
- Bank Central Asia Sejarah, diakses 1 November, 2014, [http://id.wikipedia.org/wiki/Bank\\_Central\\_Asia](http://id.wikipedia.org/wiki/Bank_Central_Asia).
- Barnes, G. James, 2001. *Secret of Customer Relationship Management: it's all about how you make them feel*. United States of America: MacGraw Hill.
- Barnes, G. James, 2003. *Secret of Customer Relationship Management*. Ahli Bahasa: Andreas Winardi, Yogyakarta: Andi.
- Bowo, H.N., 2003. Analisis Pengaruh Kepercayaan untuk Mencapai Hubungan Jangka Panjang, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol.2 No.1, Mei: 85-92.
- Durianto, D., Sugiarto, danSitinjak, T., 2001, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hendratono, T., 2011, Pengaruh Trust dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan, *Jurnal Ilmiah Hospitaliti*, Vol.1 No.2, Agustus: 1-18
- Himawan, A., dan Almadadi, I., 2014, diakses 1 November 2014, <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2014/08/12/095520626/Ini.10.Bank.dengan.Aset.Terbesar.di.Indonesia>.
- Jahroni, 2009. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan, Komitmen, Kepercayaan Pada Bank Central Asia Tbk, *Jurnal Akutansi, Manajemen Bisnis dan Sektor Publik*, Vol.5 No.3, Juni:235-249.
- Kotler, P., dan Susanto A.B., 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta: Salemba Empat.

- Kuncoro, M., 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga.
- Madjid, R., 2013. Customer Trust as Relationship Mediation Between Customer Satisfaction and Loyalty At Bank Rakyat Indonesia (BRI) Southeast Sulawesi, *International Journal Of Engineering and Science*, Vol2. Issue5, pp.48-60.
- Madjid, R., Hadiwidjojo, D., Surachman., dan Djumahir., 2013. The role of Customer Trust and Commitment as Mediator for the Relation between Customer Satisfaction and Loyalty at Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kendari Southeast Sulawesi, *International Journal of Business and Management Invention*, *Journal of Business and Management Invention*, Vol. 2 Issue4, pp.53-64.
- Mashariono, dan Oetomo, H.W., 2006. Analisis Nilai Pelanggan yang Mempengaruhi Loyalitas (Studi Kasus Bank KBPR Jetis Ponorogo), *Jurnal Ekuitas*, Vol.10 No.2, Juni: 263-282.
- Musanto, T., 2004. Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.6 No.2, September:123-136.
- Murti, H.S., 2013. Pengaruh Dimensi Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan, *Management Analysis Journal*, Vol 1 No.2, Juni: 110-116
- Pelanggan Puas 5 Awards Direbut, diakses 26 Oktober, 2014, [http://www.bca.co.id/id/about/berita/2013\\_Des\\_02\\_Pelanggan\\_Puas\\_5\\_Awards\\_Direbut/2013\\_Des\\_02\\_Pelanggan\\_Puas\\_5\\_Awards\\_Direbut.jsp](http://www.bca.co.id/id/about/berita/2013_Des_02_Pelanggan_Puas_5_Awards_Direbut/2013_Des_02_Pelanggan_Puas_5_Awards_Direbut.jsp).
- Pramudya, H.S., Chairy., 2014. Pengaruh Perceived Value terhadap Relationship Quality (Studi Kasus: Lion Air Indonesia), *Journal of Business and Entrepreneurship*, Vol.2, No.2.
- Rahmayanty, N., 2010. *Manajemen Pelayanan Prima Mencegah Pembelotan dan Membangun Customer Loyalti*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Riskiyati, I., 2012. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Dengan Mediasi Komitmen Pada Nasabah Bank BCA KCP Ngoro Mojokerto, *Journal of Business and Banking*, Vol.2, No.2, November:241-254.
- Sanusi, A., 2011, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat

- Suhardi, G., 2006. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah Perbankan di Surabaya, *Jurnal Kinerja*, Vol. 10, No. 1: 49-55.
- Tjiptono, F., 2014. *Pemasaran Jasa Perinsip Penerapan Penelitian*, Yogyakarta: Andi.
- Umar, H., 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wulan, S., 2011. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Perusahaan Listrik Negara (PERSERO) Cabang Tanjungkarang, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 1 No. 2, April: 161-187.
- Valenzuela A.,F. Dan Vásquez-Párraga,A.,2006. Trust and Commitment as Mediating Variables i the Relationship Between Satisfaction and Hotel Guest Loyalty, *Jurnal Penelitian*, Vol. 24 No. 32, Juni 2006: 18-23.
- Yamin, S., dan Kurniawan, H., 2009. *Structural Equation Modeling*, Jakarta: Salemba Infotek.