

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada uraian bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut ini:

1. Variabel *tangible* / bukti fisik (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) yang ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,485 > t_{tabel}$ sebesar $1,66105$ dengan tingkat signifikansi $0,0075 < 0,05$, artinya semakin tinggi *tangible* / bukti fisik yang dirasakan oleh nasabah dapat mempengaruhi semakin tingginya kepuasan pada nasabah PT Bank Bukopin, Tbk Cabang Madiun.
2. Variabel *empathy*/ empati (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) yang ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,422 > t_{tabel}$ sebesar $1,66105$ dengan tingkat signifikansi $0,0085 < 0,05$, artinya semakin tinggi *empathy*/ empati yang dirasakan oleh nasabah dapat mempengaruhi semakin tingginya tingkat kepuasan pada nasabah PT Bank Bukopin, Tbk Cabang Madiun.
3. Variabel *Reliability* / kehandalan (X3) berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah (Y) yang ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar $6,068 > t_{tabel}$ sebesar $1,66105$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya semakin tinggi *realibility* / kehandalan yang dirasakan oleh nasabah dapat mempengaruhi semakin tingginya tingkat kepuasan nasabah PT Bank Bukopin, Tbk Cabang Madiun.

4. Variabel *responsiveness*/ daya tanggap (X4) berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah (Y) yang ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,144 > t_{tabel} sebesar 1,66105 dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$, artinya semakin tinggi *responsiveness*/ daya tanggap yang dirasakan oleh nasabah dapat mempengaruhi semakin tingginya tingkat kepuasan pada nasabah PT Bank Bukopin, Tbk Cabang Madiun.
5. Variabel *assurance*/ jaminan (X5) berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah (Y) yang ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,516 > t_{tabel} sebesar 1,66105 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya semakin tinggi *assurance*/ jaminan yang dirasakan oleh nasabah dapat mempengaruhi semakin tingginya tingkat kepuasan nasabah pada nasabah PT Bank Bukopin, Tbk Cabang Madiun.
6. Variabel *tangible*/ bukti fisik (X1), *empathy*/ empati (X2), *reliability*/ kehandalan (X3), *responsiveness*/ daya tanggap (X4), *assurance*, jaminan (X5) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah (Y) yang ditunjukkan dengan nilai f_{hitung} sebesar 39,48 > f_{tabel} sebesar 2,31 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya semakin tinggi kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* yang dirasakan oleh nasabah secara simultan dapat mempengaruhi semakin tingginya tingkat kepuasan nasabah pada nasabah PT Bank Bukopin, Tbk Cabang Madiun.

B. Implikasi Manajerial

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka implikasi manajerial yang bisa diterapkan di PT Bank Bukopin, Tbk Cabang Madiun sebagai berikut:

1. Hasil penelitian variabel *tangible* / bukti fisik berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *tangible* / bukti fisik yang dirasakan nasabah maka semakin tinggi kepuasan nasabah di PT Bank Bukopin, Tbk Cabang Madiun. *Tangible* / bukti fisik yang tinggi meliputi ruang tunggu yang nyaman, ketersediaan tempat parkir yang luas, kerapian penampilan karyawan, sikap sopan karyawan telah meningkatkan tingkat kepuasan nasabah. Sehingga *tangible* / bukti fisik di PT Bank Bukopin, Tbk Cabang Madiun perlu dipertahankan dan ditingkatkan agar nasabah tetap puas untuk bertransaksi di PT Bank Bukopin, Tbk Cabang Madiun.
2. Hasil penelitian variabel *empathy*/ empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *empathy*/ empati yang dirasakan nasabah maka semakin tinggi kepuasan nasabah di PT Bank Bukopin, Tbk Cabang Madiun. *Empathy*/ empati yang tinggi meliputi memberi perhatian/ kesan yang baik, bersedia mendengarkan keluhan dengan sabar, menjaga intensitas komunikasi kepada nasabah, mampu memahami kebutuhan nasabah telah meningkatkan tingkat kepuasan nasabah. Sehingga *empathy*/ empati di PT Bank Bukopin, Tbk Cabang Madiun perlu dipertahankan dan ditingkatkan agar nasabah tetap puas untuk bertransaksi di PT Bank Bukopin, Tbk Cabang Madiun.

3. Hasil penelitian variabel *reliability* / kehandalan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *reliability* / kehandalan yang dirasakan nasabah maka semakin tinggi kepuasan nasabah di PT Bank Bukopin, Tbk Cabang Madiun. *Reliability/* Kehandalan meliputi memberikan pelayanan sesuai yang diinginkan nasabah, karyawan memiliki nilai kedisiplinan, memberikan pelayanan yang cepat di *teller*, memberikan pelayanan yang cepat di *customer service* telah meningkatkan tingkat kepuasan nasabah. Sehingga *reliability* / kehandalan di PT Bank Bukopin, Tbk Cabang Madiun perlu dipertahankan dan ditingkatkan agar nasabah tetap puas untuk bertransaksi di PT Bank Bukopin, Tbk Cabang Madiun.
4. Hasil penelitian variabel *responsiveness/* daya tanggap berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *responsiveness/* daya yang dirasakan nasabah maka semakin tinggi kepuasan nasabah di PT Bank Bukopin, Tbk Cabang Madiun. *Responsiveness/* daya yang tinggi meliputi menangani nasabah secara cepat dan professional, memperlakukan nasabah secara adil, pelayanannya sesuai dengan yang diharapkan, mudah melakukan transaksi telah meningkatkan tingkat kepuasan nasabah. Sehingga *responsiveness/* daya di PT Bank Bukopin, Tbk Cabang Madiun perlu dipertahankan dan ditingkatkan agar nasabah tetap puas untuk bertransaksi di PT Bank Bukopin, Tbk Cabang Madiun.

5. Hasil penelitian variabel *assurance/ jaminan* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *assurance/ jaminan* yang dirasakan konsumen maka semakin tinggi kepuasan nasabah di PT Bank Bukopin, Tbk Cabang Madiun. *Assurance/ jaminan* yang tinggi meliputi menciptakan suasana aman dan nyaman, dapat dipercaya, terdapat petunjuk arah untuk memudahkan nasabah mencari pelayanan, menjaga data privasi nasabah telah meningkatkan tingkat kepuasan nasabah. Sehingga *assurance/ jaminan* di PT Bank Bukopin, Tbk Cabang Madiun perlu dipertahankan dan ditingkatkan agar nasabah tetap puas untuk bertransaksi di PT Bank Bukopin, Tbk Cabang Madiun

C. Keterbatasan Penelitian

1. Karena keterbatasan biaya yang dimiliki peneliti, responden penelitian dilakukan hanya di PT Bank Bukopin, Tbk Cabang Madiun.
2. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini hanya berjumlah 100 responden karena sesuai dengan persetujuan dari PT Bank Bukopin, Tbk Cabang Madiun.

D. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang diberikan bagi peneliti selanjutnya sebagai berikut yaitu menambah jumlah variabel yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah misalnya loyalitas nasabah karena nilai R^2 sebesar 67,8% dan masih ada 32,2% yang dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, Yulian Belinda. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT Bank Central Asia Cabang Undaan Surabaya*. E-Jurnal Akuntansi STIE Perbanas Surabaya Vol.6.
- Dajan, Anton. 1996. *Pengantar Metode Statistik Jilid II*. Jakarta: LP3ES.
- Dama, Hais. 2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Mandiri Cabang Gorontalo*. Jurnal Inovasi Vol 7 No. 2.
- Djaslim, Saladin. 1994. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Bank*. Jakarta: CV Rajawali.
- Febriana, Nina Indah. 2016. *Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*. Jurnal An-Nisbah, Vol. 03, No 01.
- Ghozali, Imam. 2014. *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 22*: Universitas Diponegoro.
- Irawan, Hadi. 2002. *10 Prinsip kepuasan pelanggan*. Jakarta: PT. Elexmedia Komputindo, 2002.
- Ismail, 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group: Jakarta.
- Kasmir. 2005. *Etika Customer service*,. Jakarta: RajaGrafindo, 2005.
- Khasanah, Imroatul dan Octarina Dina Pertiwi. 2016. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen RS St. Elisabeth Semarang*. Jurnal Vol. 12 No.2.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Lestari, Dea. 2018. *Analisis Faktor Kepuasan Nasabah Non Muslim Terhadap Kualitas Layanan Bank Syariah dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA)*. Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Mudrajat, Kuncoro. 2003. *Mudah Memahami dan Menganalisis Indikator Ekonomi*. Yogyakarta : UPP STI YKPN.

- Mulyani, Sri. 2003. *Dampak Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Perilaku Konsumen*. 2003. Jurnal Gemawisata Vol. II No.1
- Munir, 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT: Gramedia Pustaka Utama.
- Nugroho, Adi Wahyu dan Budi Sudaryanto. 2013. *Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang*. Diponegoro Journal Of Management. Vol. 3. No.1
- Nursalam. 2003. *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan*. Jakarta : Balai Penerbit FKUI.
- Nursyamsi, Idayanti. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Cepat Aman (KCA) Studi Kasus Pada Perum Pegadaian Makasar*. E-Jurnal Aplikasi Manajemen Vol.2, No. 3
- Parasuraman, Zeithaml, & Berry. 1988. *SERVQUAL: a multiple scale for measuring consumer perception of service quality*. Journal Of Professional Services Marketing, Vol 15 No.2
- Pramana, I Gede Yogi dan Ni Made Rastini. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No.1.
- Rosita, Rahmi. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BNI, BRI, Bank Mandiri dan BCA di Bekasi*. E-Jurnal Widya Ekonomika, Vol. 1, No. 1.
- Saladin, Djaslim. 1994. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Bank*. Jakarta: Mandiri Maju.
- Saragih, Lenny Menara Sari. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Jasa Gadai Emas Pada Bank Syariah KCP Medan Petisah*. E-Jurnal Manajemen Bisnis (JMB), Vol. 32, No. 1.
- Sofian, Effendi. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan Research and Development*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyawati, Ni Made Ari dan Ni Ketut Seminari. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No.8, 2016
- Sunyoto, Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Umar, Husein. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.

Wahab, Wirdayani. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah di Kota Pekanbaru. 2017. E-Jurnal Al Masraf : Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan Vol. 2, No. 1

<https://www.cnbcindonesia.com/market/2019/bukopin-raih-penghargaan-infobank-digital-brand-awards-2019>, diakses Tanggal 25 Desember 2019. Pukul 17:40 WIB.

<https://www.bukopin.co.id/profile/2019>. diakses Tanggal 25 Desember 2019. Pukul 21:15 WIB.

<https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Bank-Umum.aspx>. diakses Tanggal 05 Januari 2020. Pukul 21:40 WIB.

<https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/statistik-perbankan-indonesia/Pages/Statistik-Perbankan-Indonesia---Januari-2020.aspx>. diakses Tanggal 07 Januari 2020. Pukul 18:40 WIB.