

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan Penelitian

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yang terdiri dari *service quality* sebagai variabel bebas, *customer loyalty* sebagai variabel terikat, dan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi dengan objek penelitian pada nasabah pengguna tabungan BritAma di Kota Padang. Merujuk pada hasil penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Service quality* terhadap *customer loyalty* berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan oleh BRI di Kota Padang maka semakin tinggi tingkat loyalitas nasabah tabungan BritAma terhadap BRI. Terdapat hubungan timbal balik yang searah antara *service quality* dan *customer loyalty*.
2. *Service quality* terhadap *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan oleh BRI selaku perusahaan perbankan maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah tabungan BritAma di Kota Padang terhadap BRI. Terdapat hubungan timbal balik yang searah antara *service quality* dan *customer satisfaction*.
3. *Customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah tabungan BritAma, maka semakin tinggi tingkat loyalitas nasabah

terhadap BritAma yang berdampak secara langsung pada BRI selaku perusahaan perbankan. Kepuasan nasabah terhadap kinerja bank akan memengaruhi nasabah untuk selalu loyal dan enggan untuk beralih ke produk tabungan dan bank kompetitor.

4. *Customer satisfaction* memediasi secara parsial hubungan *service quality* terhadap *customer loyalty*. Hal ini mengindikasikan bahwa ada atau tanpa *customer satisfaction*, *service quality* tetap berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*.

## 5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa implikasi yang akan dirasakan oleh beberapa pihak terkait yang bisa menjadi referensi terkait *service quality*, *customer satisfaction*, dan *customer loyalty*. Adapun beberapa implikasi pada penelitian ini akan dirinci atas poin berikut:

1. Melalui penelitian ini, dapat diketahui *service quality* secara positif dan signifikan memengaruhi *customer loyalty*. Jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh BRI di Kota Padang baik maka berdampak pada tingkat loyalitas nasabah BritAma menjadi meningkat. Maka, BRI di Kota Padang harus mempertahankan dan meningkat *service quality* dengan memberikan perhatian pada sarana dan prasarana penunjang pelayanan terhadap nasabah agar loyalitas nasabah tabungan BritAma di Kota Padang tetap bertahan. Sedangkan berdasarkan analisis deskriptif variabel *service quality*, terdapat indikator AS3 dengan pertanyaan ‘Saya mendapatkan pelayanan yang baik

dari karyawan BRI' memperoleh nilai rata-rata dan TCR terendah. Hal ini menjadi catatan penting bagi seluruh kantor dan unit kerja BRI di Kota Padang untuk lebih memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Oleh karena itu, BRI bisa melakukan evaluasi secara mendalam melalui bagian personalia untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

2. Melalui penelitian ini, dapat diketahui bahwa *service quality* secara positif dan signifikan memengaruhi *customer satisfaction*. Jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh BRI di Kota Padang baik maka berdampak pada tingkat kepuasan nasabah BritAma menjadi meningkat. Oleh sebab itu, BRI di Kota Padang harus mempertahankan dan meningkatkan *service quality* dengan memberikan perhatian pada sarana dan prasarana penunjang pelayanan terhadap nasabah agar kepuasan nasabah tabungan BritAma di Kota Padang tetap bertahan. Sedangkan berdasarkan analisis deskriptif variabel *customer loyalty*, terdapat indikator KHI dengan pertanyaan 'Menurut saya, pelayanan yang diberikan karyawan BRI sesuai dengan yang diharapkan' memperoleh nilai rata-rata dan TCR terendah. Hal ini mengindikasikan bahwa pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya sesuai dengan keinginan nasabah tabungan BritAma yang tentu akan memengaruhi bagaimana kepuasan nasabah terhadap bank. Oleh sebab itu, penting bagi BRI di Kota Padang untuk mengetahui harapan nasabah. Untuk mengetahui apa yang diharapkan nasabah, BRI bisa berinisiatif untuk proaktif meminta

masukannya dari nasabah melalui wawancara secara langsung atau melalui pesan *e-mail*.

3. Melalui penelitian ini, dapat diketahui bahwa *customer satisfaction* secara positif dan signifikan memengaruhi *customer loyalty*. Kepuasan yang dirasakan oleh nasabah BritAma di Kota Padang berdampak terhadap loyalitas nasabah pada BRI. Oleh karena itu, BRI di Kota Padang harus mempertahankan dan meningkatkan kepuasan nasabah agar nasabah senantiasa loyal terhadap produk tabungan BritAma BRI di Kota Padang. Sedangkan berdasarkan analisis deskriptif variabel *customer loyalty*, terdapat indikator SI2 dengan pertanyaan ‘Saya tidak berniat beralih ke produk tabungan bank lain’ memperoleh rata-rata dan TCR terendah. Hal ini mengindikasikan adanya peluang bahwa nasabah tabungan BritAma bisa saja beralih pada produk tabungan lain dari bank kompetitor. Untuk itu, BRI diharapkan mampu melakukan pendekatan terhadap nasabah untuk memahami nasabah sebagai upaya preventif.
4. Penelitian ini memberikan hasil bahwa *customer satisfaction* memediasi *service quality* terhadap *customer loyalty* secara parsial. Implikasi hasil penelitian ini adalah ada dan tanpa kepuasan nasabah BritAma di Kota Padang, kualitas pelayanan BRI tetap memberikan pengaruh terhadap loyalitas nasabah. Walaupun demikian, BRI di Kota Padang harus memperhatikan bagaimana tingkat kepuasan nasabah BritAma untuk sebagai upaya *maintenance* kualitas pelayanan serta loyalitas nasabah BritAma pada BRI di Kota Padang.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman dalam mengupayakan penelitian ini, peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dengan beberapa keterbatasan. Maka demikian, berikut beberapa keterbatasan peneliti pada penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya mengkaji variabel internal yaitu terkait bagaimana pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty* melalui customer satisfaction pada nasabah BritAma di Kota Padang. Variabel lain seperti faktor eksternal yang bisa saja memengaruhi *customer loyalty* tidak disertakan pada penelitian ini.
2. Responden yang dijadikan pada objek penelitian adalah nasabah tabungan BritAma BRI di Kota Padang yang berjumlah sebanyak 270 responden dan masih termasuk skala kecil jika dibandingkan total nasabah tabungan BritAma di Kota Padang secara keseluruhan yang berjumlah ratusan ribu nasabah.
3. Responden yang berhasil dikumpulkan sebagai sampel pada penelitian ini dominan berasal dari kalangan mahasiswa, sehingga sampel belum mewakili sepenuhnya populasi yaitu masyarakat Kota Padang.
4. Masih terdapat beberapa variabel lainnya yang tidak dikaji dalam penelitian ini yang mungkin dapat memengaruhi *customer loyalty* pada sektor perbankan.

5. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang mengandalkan kuesioner sebagai data. Sehingga hasil penelitian yang diperoleh masih terbatas.
6. Penelitian ini hanya mengkaji fenomena pada tiga tempat (BRI *Regional Office* Padang, BRI KCP Khatib Sulaiman, dan BRI Unit Bundo Kandung).

#### 5.4 Saran Penelitian

Berdasarkan pada hasil penelitian yang diperoleh, maka telah didapatkan kesimpulan, implikasi, serta keterbatasan pada penelitian ini, adapun beberapa saran yang dapat diberikan, antara lain:

##### 5.4.1 Saran Teoritis

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah latar belakang identitas sampel penelitian pada kuesioner seperti unit kerja atau kantor cabang di mana responden tercatat sebagai nasabah tabungan sehingga temuan atau data yang dihasilkan mampu mengukur dan menilai peforma bank berdasarkan unit kerja.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel lainnya dalam memengaruhi *customer loyalty* seperti *product quality*, *brand trust*, dan sebagainya.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan observasi ke berbagai unit kerja yang tersebar agar hasil penelitian yang diperoleh lebih maksimal.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan kriteria responden yang lebih rinci agar sesuai dengan yang diharapkan.

5. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melengkapi profil dan karakteristik responden.
6. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas ruang lingkup penelitian untuk mengurangi keterbatasan serta dapat memberikan implikasi lebih banyak lagi.

#### 5.4.2 Saran Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi bagi perusahaan untuk selalu mengembangkan *service quality* berupa melakukan kontrol pelayanan maupun melakukan upaya atau alternatif lain agar nasabah menjadi loyal seperti memberikan *reward* kepada nasabah.

