

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai data yang telah disusun oleh penulis dalam bab sebelumnya terkait Peran *Banking Cafe* Terhadap *Customer Experience* dan Loyalitas Nasabah di BNI KCP Universitas Andalas, penulis menarik beberapa kesimpulan yang dapat diambil, yaitu:

1. Peran *Banking Cafe* terhadap *customer experience* yang dilakukan oleh BNI KCP UNAND dapat dikatakan telah baik karena memiliki rata-rata nilai sebesar 4,02. Nilai tertinggi pada dimensi ini yaitu ketersediaan fasilitas pendukung (*WiFi*, stop kontak, area kerja) yang memperoleh nilai 4,26. Ini menunjukkan bahwa nasabah merasa nyaman dan puas dengan layanan yang diberikan di *Banking Cafe* BNI. Kualitas dan variasi menu makanan dan minuman mendapatkan nilai terendah dengan rata-rata 3,72, tetapi masih ada ruang untuk peningkatan.
2. *Customer experience* berdasarkan dimensi *Sense Experience* yang dilakukan oleh BNI KCP UNAND dapat dikatakan telah baik karena memiliki rata-rata nilai 4,10. Dan nilai tertinggi pada dimensi ini yaitu suasana dan desain interior *Banking Cafe* yang terasa nyaman dengan nilai sebanyak 4,22. Ini menunjukkan bahwa desain interior *Banking Cafe* telah berhasil menciptakan suasana yang menyenangkan bagi nasabah. Sedangkan fasilitas teknologi seperti aplikasi pemesanan dan sistem antrean digital mendapatkan nilai

terendah sebesar 3,80, yang menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk pengembangan.

3. *Customer experience* berdasarkan dimensi *Feel Experience* yang dilakukan oleh BNI KCP UNAND dapat dikatakan telah baik karena memiliki rata-rata nilai sebanyak 4,07. Dan nilai tertinggi pada dimensi ini yaitu nasabah merasa senang dan nyaman berada di *Banking Cafe* dengan nilai sebanyak 4,20. *Banking Cafe* berhasil menciptakan emosi positif bagi nasabah yang berkunjung. Sedangkan aspek layanan personalisasi dan pengurangan stres terkait urusan perbankan masih dapat ditingkatkan dengan nilai masing-masing 3,98.
4. *Customer experience* berdasarkan dimensi *Think Experience* yang dilakukan oleh BNI KCP UNAND dapat dikatakan telah baik karena memiliki rata-rata nilai sebanyak 4,06. Dan nilai tertinggi pada dimensi ini yaitu kemudahan konsultasi finansial dalam suasana santai dengan nilai sebanyak 4,14. *Banking Cafe* berhasil menciptakan lingkungan yang kondusif untuk diskusi keuangan. Sedangkan aspek solusi inovatif untuk kebutuhan perbankan mendapatkan nilai terendah sebanyak 3,98.
5. *Customer experience* berdasarkan dimensi *Act Experience* yang dilakukan oleh BNI KCP UNAND dapat dikatakan telah baik karena memiliki rata-rata nilai sebanyak 4,10. Dan nilai tertinggi pada dimensi ini yaitu kemampuan melakukan berbagai aktivitas (bekerja, meeting, diskusi) sambil mengakses layanan perbankan dengan nilai sebanyak 4,22. *Banking Cafe* berhasil memberikan fleksibilitas bagi nasabah untuk melakukan berbagai aktivitas

dalam satu tempat. Sedangkan penggunaan layanan digital *Banking Cafe* mendapatkan nilai terendah sebanyak 3,98.

6. Customer experience berdasarkan dimensi *Relate Experience* yang dilakukan oleh BNI KCP UNAND dapat dikatakan telah baik karena memiliki rata-rata nilai sebanyak 3,96. Dan nilai tertinggi pada dimensi ini yaitu nasabah merasa lebih terhubung dan menjadi bagian dari komunitas BNI dengan nilai sebanyak 4,02. Berarti *Banking Cafe* berhasil menciptakan rasa kebersamaan antar nasabah. Sedangkan aspek interaksi dengan staff bank melalui platform digital mendapatkan nilai terendah sebanyak 3,92.
7. Loyalitas nasabah terhadap BNI melalui *customer experience* di *Banking Cafe* dapat dikatakan telah baik karena memiliki rata-rata nilai sebanyak 4,06. Dan nilai tertinggi pada dimensi ini yaitu nasabah akan terus menggunakan produk dan layanan BNI dan merasa puas dengan layanan yang diberikan dengan nilai masing-masing sebanyak 4,18. Berarti *Banking Cafe* berhasil membangun kepuasan dan loyalitas nasabah. Sedangkan aspek kesediaan memberikan masukan untuk perbaikan layanan dan tetap menjadi nasabah meskipun ada tawaran lebih menarik dari bank lain mendapatkan nilai terendah sebanyak 3,90.

## 5.2 **Saran**

Berdasarkan pembahasan yang telah disusun pada bab sebelumnya, maka penulis memberikan saran untuk perbaikan yang mungkin dapat bermanfaat bagi BNI KCP UNAND dalam mengoptimalkan layanan *Banking Cafe*. Adapun saran yang dapat penulis berikan, yaitu:

### 1. Peningkatan Kualitas Menu dan Layanan *Food & Beverage*

BNI KCP UNAND perlu memperbaiki implementasi layanan *Banking Cafe* terhadap aspek kuliner, karena pada aspek tersebut masih mendapat penilaian terendah dengan skor rata-rata 3,72. Layanan-layanan yang harus diperbaiki yaitu, variasi menu makanan dan minuman perlu diperbanyak agar lebih beragam sesuai selera nasabah dan waktu penyajian harus dipercepat agar nasabah tidak menunggu terlalu lama.

### 2. Optimalisasi Fasilitas Teknologi Digital

BNI KCP UNAND perlu memperbaiki implementasi layanan *Banking Cafe* terhadap dimensi teknologi, karena pada dimensi tersebut mendapat skor terendah dalam kategori *Sense Experience* yaitu 3,80. Layanan-layanan yang harus diperbaiki yaitu aplikasi pemesanan harus dibuat lebih *user-friendly* dan mudah dioperasikan, sistem antrean digital perlu diperbaiki agar lebih responsif dan akurat, koneksi *WiFi* harus diperkuat dan distabilkan untuk mendukung aktivitas digital nasabah.

### 3. Penguatan Dimensi *Relate Experience*

BNI KCP UNAND perlu memperbaiki implementasi layanan *Banking Cafe* terhadap dimensi hubungan sosial, karena pada dimensi tersebut mendapat skor terendah secara keseluruhan yaitu 3,96. Layanan-layanan yang harus diperbaiki yaitu program komunitas nasabah perlu dikembangkan untuk meningkatkan interaksi antar nasabah, staff harus lebih proaktif dalam membangun komunikasi personal dengan nasabah, fasilitas untuk diskusi dan networking perlu ditambah seperti ruang meeting kecil, dan platform digital

untuk komunikasi antara nasabah dengan staff bank harus diperbaiki agar lebih interaktif.

#### 4. Peningkatan Layanan Personalisasi

BNI KCP UNAND perlu memperbaiki implementasi layanan *Banking Cafe* terhadap aspek personalisasi dalam dimensi *Feel Experience*, karena masih mendapat ruang perbaikan dengan beberapa nasabah merasa kurang dihargai secara personal. Layanan-layanan yang harus diperbaiki yaitu staff harus lebih memahami preferensi individual setiap nasabah, program loyalitas khusus untuk nasabah *Banking Cafe* perlu dikembangkan, dan pelatihan customer service bagi staff harus ditingkatkan agar dapat memberikan perhatian yang lebih personal kepada setiap nasabah.

#### 5. Penguatan Strategi Retensi Nasabah

BNI KCP UNAND perlu memperbaiki implementasi strategi mempertahankan loyalitas nasabah, karena masih terdapat kekhawatiran nasabah akan berpindah jika ada tawaran lebih menarik dari bank lain. Strategi-strategi yang harus diperbaiki yaitu program reward dan benefit khusus untuk nasabah setia *Banking Cafe* perlu dikembangkan, komunikasi rutin tentang produk dan layanan terbaru harus ditingkatkan, mekanisme feedback dan pengaduan nasabah perlu diperbaiki agar lebih responsif, dan evaluasi berkala terhadap kepuasan nasabah harus dilakukan secara konsisten untuk menjaga kualitas layanan.

## 6. Optimalisasi Pemanfaatan Ruang dan Fasilitas

BNI KCP UNAND perlu memperbaiki implementasi pemanfaatan ruang *Banking Cafe* untuk mendukung berbagai aktivitas nasabah, meskipun aspek ini sudah mendapat penilaian tinggi namun masih dapat dioptimalkan lebih lanjut. Fasilitas-fasilitas yang harus diperbaiki yaitu area kerja *co-working space* perlu diperluas dan dilengkapi dengan fasilitas yang lebih memadai, ruang diskusi dan meeting perlu ditambah untuk memfasilitasi kegiatan bisnis nasabah dan sistem reservasi tempat perlu dikembangkan agar nasabah dapat memastikan ketersediaan tempat sebelum datang ke lokasi.

