

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

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

1. Penelitian ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh positif variabel bukti fisik terhadap kepuasan nasabah. Bukti fisik merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal berupa penampilan, kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bukti fisik tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang ditunjukkan dari nilai t_{hitung} sebesar $0,718 < t_{tabel}$ sebesar $1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,475 > 0,05$.
2. Penelitian ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh positif variabel keandalan terhadap kepuasan nasabah. Keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keandalan berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap kepuasan nasabah yang ditunjukkan dari nilai t_{hitung} sebesar $3,542 > t_{tabel}$ sebesar $1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$.
3. Penelitian ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh positif variabel daya tanggap terhadap kepuasan nasabah. Daya tanggap merupakan suatu

kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen, dengan penyampaian informasi yang jelas. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel daya tanggap tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang ditunjukkan dari nilai t_{hitung} sebesar $0,064 < t_{tabel}$ sebesar $1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,949 > 0,05$.

4. Penelitian ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh positif variabel jaminan terhadap kepuasan nasabah. Jaminan merupakan pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel jaminan berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap kepuasan nasabah yang ditunjukkan dari nilai t_{hitung} sebesar $3,895 > t_{tabel}$ sebesar $1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.
5. Penelitian ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh positif variabel empati terhadap kepuasan nasabah. Empati merupakan bentuk perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel empati berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap kepuasan pelanggan yang ditunjukkan dari nilai t_{hitung} sebesar $4,462 > t_{tabel}$ sebesar $1,661$ dan dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.
6. Penelitian ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh positif variabel kualitas produk terhadap kepuasan nasabah. Kualitas produk merupakan sebuah karakteristik sebuah produk atau jasa yang memberikan kemampuan

untuk mencakupi kebutuhan pelanggan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah yang ditunjukkan dari nilai t_{hitung} sebesar $0,624 > t_{tabel}$ sebesar $1,661$ dan dengan tingkat signifikansi $0,534 < 0,05$.

7. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa variabel empati memiliki pengaruh dominan antara variabel dimensi kualitas pelayanan yang lain dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dilihat dari tabel 4.24.

B. Implikasi Manajerial

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka implikasi manajerial yang bisa diterapkan pada PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Madiun adalah sebagai berikut ini.

1. Variabel bukti fisik dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan item kuesioner yang meliputi: BRI memiliki ketersediaan fasilitas kantor yang memadai, karyawan BRI yang selalu berpenampilan rapi, media promosi yang mampu menarik perhatian nasabah, dan BRI menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah. Walaupun berdasarkan pada tabel 4.6 mengenai tanggapan responden terhadap variabel bukti fisik pada Bank BRI Cabang Madiun termasuk dalam nilai kriteria yang sangat tinggi dan tinggi. Tetapi, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bukti fisik tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu pihak BRI harus memperhatikan kembali mengenai penampilan karyawan yang harus terlihat lebih rapi karena item ini memiliki nilai mean paling rendah yaitu $4,08$ (tabel 4.6). Selain itu

pihak BRI harus lebih memperhatikan faktor bukti fisik lainnya agar bukti fisik yang dimiliki oleh Bank BRI Cabang Madiun dapat membentuk kepuasan nasabah.

2. Variabel keandalan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan item kuesioner yang meliputi: karyawan BRI mampu memberikan pelayanan yang optimal sesuai dengan prosedur, karyawan BRI mampu menyelesaikan masalah nasabah, dan karyawan BRI selalu memberikan informasi dengan benar kepada nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keandalan merupakan variabel yang berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap kepuasan nasabah. Sehingga perlu dipertahankan dan ditingkatkan kembali faktor-faktor keandalan tersebut agar selalu dapat memberikan kepuasan bagi nasabah.
3. Variabel daya tanggap dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan item kuesioner yang meliputi: karyawan BRI memberikan pelayanan dengan cepat/segera, karyawan BRI selalu memberikan bantuan bila nasabah kesulitan dalam melakukan transaksi perbankan, dan karyawan BRI selalu sigap dalam merespon permintaan nasabah. Walaupun berdasarkan pada tabel 4.8 mengenai tanggapan responden terhadap variabel daya tanggap pada Bank BRI Cabang Madiun termasuk dalam nilai kriteria yang tinggi. Tetapi, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel daya tanggap tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu karyawan BRI harus lebih cepat lagi dalam memberikan pelayanan dan lebih sigap dalam merespon permintaan nasabah agar variabel daya tanggap dapat memberikan rasa kepuasan kepada nasabah.

4. Variabel jaminan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan item kuesioner yang meliputi: pelayanan yang diberikan mampu menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap bank, karyawan mampu memberikan rasa aman pada saat memberikan pelayanan, karyawan selalu bersikap sopan santun, dan karyawan mampu menjawab segala bentuk pertanyaan tentang produk bank dari nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel jaminan berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap kepuasan nasabah, sehingga perlu dipertahankan atau ditingkatkan lagi agar jaminan selalu dapat memberikan kepuasan bagi nasabah.
5. Variabel empati dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan item kuesioner yang meliputi: karyawan memberikan perhatian secara personal, karyawan selalu menjalin relasi yang baik dengan nasabah, dan karyawan dapat memahami kebutuhan nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel empati berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap kepuasan nasabah, sehingga perlu dipertahankan dan ditingkatkan kembali agar variabel empati selalu dapat memberikan kepuasan bagi nasabah.
6. Variabel kualitas produk dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan item kuesioner yang meliputi: produk yang ditawarkan memiliki daya tarik, produk yang ditawarkan sesuai dengan keinginan nasabah, kartu ATM dapat digunakan dalam waktu lama, dan kartu ATM membantu untuk berbagai keperluan transaksi. Walaupun berdasarkan pada tabel 4.11 mengenai tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk pada Bank BRI Cabang Madiun termasuk dalam nilai kriteria yang sangat tinggi dan tinggi. Tetapi,

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu pihak BRI perlu memperbaiki dan mengevaluasi kembali terkait kualitas produk perbankan yang ditawarkan kepada nasabah.

C. Keterbatasan Penelitian

1. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada rumus Ariestonandri (2006:94) yaitu jumlah sampel harus lebih atau sama dengan 100. Jadi, penelitian ini hanya menggunakan 100 nasabah yang dijadikan sebagai sampel. Mengingat nasabah pada Bank BRI Cabang Madiun lebih dari 100.
2. Variabel bebas yang diteliti dalam penelitian ini hanya variabel dimensi kualitas pelayanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) dan kualitas produk. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2001:158) dalam menentukan tingkat kepuasan terdapat lima faktor utama yaitu: kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.
3. Indikator dan instrumen untuk produk jasa bank masih mengacu pada indikator kualitas produk barang dan bukan indikator untuk jasa perbankan, sehingga indikator pengukurannya kurang operasional, dan dimungkinkan dapat menyebabkan bias dalam jawaban responden.

D. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut ini.

1. Mempertahankan dan meningkatkan kembali faktor-faktor dimensi kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati agar selalu memberikan kepuasan bagi nasabah.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah variabel lain sebagai pendorong terciptanya kepuasan nasabah.
3. Pada saat pengumpulan data bisa dilakukan wawancara terhadap responden dengan tujuan untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya yang dirasakan oleh responden.
4. Untuk penelitian selanjutnya agar memperbaiki atau menyempurnakan indikator pengukuran produk jasa perbankan, agar lebih operasional sehingga memudahkan responden menjawab item-item pernyataan serta dapat mengukur variabel kualitas jasa perbankan dengan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariestonandri, Prima. 2006. *Marketing Research for Beginner*. Yogyakarta: Andi.
- Arikunto, Suharsimi. 1989. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktis*. Cetakan Kelima, Jakarta: Bina Aksara.
- Ariyani, D dan Rosinta, F. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. Vol.17. No. 2 Hal.114-126. <http://journal.ui.ac.id/index.php/jbb/article/view/632/617>. Diakses 21 Agustus 2016
- Darwin, S. dan Kunto, Y.S. 2014. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia-Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 2. No. 1. Hal. 1-12. <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/2316>. Diakses 21 Agustus 2016
- Dendawijaya, Lukman. 2009. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*: Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Hidayat, Rachmad. 2009. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank. *Jurnal Ekonomi Bisnis & Akuntansi Ventura*, Vol. 12. No. 2 Hal 99-116. <http://cpanel.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/viewArticle/17746>. Diakses 21 Agustus 2016
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Gajahmada.
- Irawan, Handi. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kasmir. 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2010. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Martono, Nanang. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edisi Revisi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mulyono, Bayu Hadyanto. 2008. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perumahan Puri Mediterania Semarang). Skripsi Program strata-2 Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro (tidak dipublikasikan). <http://eprints.undip.ac.id/16718/>. Diakses 21 Agustus 2016
- Parasuraman A., Valarie A. Zeithaml and Leonard L. Berry. 1998. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*. Vol. 64. No. 1. pp. 12-40.
- Pratiwi dan Seminari Ketut. 2015. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 4. No. 5. Hal. 1422-1433. <http://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/11823>. Diakses 21 Agustus 2016
- Sembiring J., Suharyono., dan Kusumawati. 2014. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan". *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 15. No. 1 Hal. 1-10. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/607>. Diakses 21 Agustus 2016
- Sudirman, Dewi Yanti. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Britama Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Cabang A.Yani Makassar. Skripsi Program strata-1. Fakultas Ekonomi. Universitas Hasanuddin Makassar. Hal. 1-20. <https://www.mysciencework.com/publication/show/d8bedd105a7b0793680da5895393c7be>. Diakses 21 Agustus 2016
- Sugiyono. 2003. *Statistik Untuk Penelitian*. Cetakan Pertama. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kelima. Bandung: CV Alfabeta.
- Supranto, J. 2003. *Metode Riset*. Edisi Ketujuh. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Manajemen Jasa*. Edisi 2. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Triastity, Rahayu dan Triyaningsih. 2013. "Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Konsumen Rumah di CV Satria Graha Gedongan, Colomadu, Karanganyar)". *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. 13. No. 2. Hal. 151 – 157. <http://ejournal.unisri.ac.id/index.php/Ekonomi/article/view/673>. Diakses 21 Agustus 2016
- Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Bisnis*. Cetakan pertama. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, Christina widya. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Malang Bayumedia Publishing.
- Vinci, Maharani. 2009. *Manajemen Bisnis Riset Eceran*. Bandung: Sinar Baru Algensindo. www.bri.co.id. Diakses 21 Agustus 2016