

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian dan pembahasan yang sesuai tujuan hipotesis dengan menggunakan regresi linier berganda, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1) *Tangible* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan BCA Rungkut Mapan Surabaya karena nilai  $t$  hitung  $< t$  tabel ( $1,135 < 1,977$ ), maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Artinya *tangible* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di BCA Rungkut Mapan Surabaya.
- 2) *Reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan BCA Rungkut Mapan Surabaya karena nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $2,032 > 1,977$ ) dengan tingkat signifikan sebesar  $0,044 < 0,050$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di BCA Rungkut Mapan Surabaya.
- 3) *Responsiveness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan BCA Rungkut Mapan Surabaya karena nilai  $t$  hitung  $< t$  tabel ( $1,017 < 1,977$ ) dengan tingkat signifikan sebesar  $0,311 > 0,050$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Artinya *responsiveness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di BCA Rungkut Mapan Surabaya.
- 4) *Assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan BCA Rungkut Mapan Surabaya karena nilai  $-t$  hitung  $> -t$  tabel ( $-0,957 > -1,977$ ) dengan





tingkat signifikan sebesar  $0,340 > 0,050$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Artinya *assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di BCA Rungkut Mapan Surabaya.

- 5) *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan BCA Rungkut Mapan Surabaya karena nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $2,290 > 1,977$ ) dengan tingkat signifikan sebesar  $0,023 < 0,050$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di BCA Rungkut Mapan Surabaya.
- 6) *Trust* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan BCA Rungkut Mapan Surabaya karena nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $5,953 > 1,977$ ) dengan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,050$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya *trust* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di BCA Rungkut Mapan Surabaya.
- 7) Hasil uji regresi linear berganda diperoleh dari 6 variabel independen dan yang memiliki pengaruh paling besar adalah variabel *trust* (X6) yaitu 0,570 atau 57%.
- 8) Hasil koefisien determinan menunjukkan *adjusted R square* sebesar 0,817 (81,7%), artinya variabel independent yaitu *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), *empathy* (X5), dan *trust* (X6) berkontribusi sangat kuat terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y)



## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah ditetapkan dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut :

- 1) *Trust* memiliki hasil yang signifikan terhadap kepuasan dimana diharapkan BCA Rungkut Mapan Surabaya meningkatkan hubungan emosional kepada pelanggan dengan cara melakukan kunjungan 3 (tiga) bulan sekali oleh staff customer service dan penawaran kemudahan dalam melakukan transaksi, contohnya ketika nasabah ingin membuka rekening deposito, nasabah tidak perlu datang ke cabang melainkan petugas *customer service* yang akan datang ke rumah nasabah.
- 2) Pada *empathy* (empati) diharapkan BCA Rungkut Mapan Surabaya dapat mempertahankan dan meningkatkan perhatian kepada para pelanggan dengan cara melakukan piket *duty officer* seperti yang telah diimplementasikan di kantor cabang utama. *Duty officer* dilakukan oleh staf cetak buku yang memiliki banyak waktu senggang dan bertugas untuk menyambut nasabah, mengarahkan nasabah ke tempat yang dituju berdasarkan masalah yang dihadapi dan memberikan *compliment* kepada pelanggan apabila sudah menunggu lama di area *banking hall*.
- 3) Pada *reliability* (kehandalan), semakin banyaknya *financial technology* yang diterapkan di cabang maka diharapkan BCA Rungkut Mapan Surabaya mengadakan training untuk penggunaan mesin-mesin yang ada di cabang. Training ini dapat diadakan dengan menunjuk salah satu staf yang sangat paham penggunaan mesin tersebut sehingga karyawan yang



lainnya akan lebih paham penggunaan mesin dan ketika terjadi *error* pada mesin, karyawan dapat memperbaiki dengan segera.

- 4) BCA Rungkut Mapan Surabaya diharapkan mengadakan pelatihan atau *training* 1 (satu) tahun sekali untuk menyegarkan kembali materi tentang standar layanan, pelayanan prima serta *handling complain* yang baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Banu Mushtafa. 2019. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Klinik Assalam Medicare Sukoharjo*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Anggraeni, Penia dan Putu Nina Madiawati. 2016. *Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs [Www.Traveloka.Com](http://www.Traveloka.Com)*. E-Proceeding of Management : Vol.3, No.2 Agustus 2016.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang:Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (Edisi Kelima)*. Semarang:Universitas Diponegoro.
- Guspul, Ahmad. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo)*. Jurnal PPKM UNSIQ I.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_, 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid II Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Lapasiang, Denis., Silcyljeova Moniharapon dan Sjendy Loindong. 2017. *Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Karombasan Manado*. Jurnal EMBA. Vol. 5 No. 3.
- Lubis, Albi Syahri dan Nur Rahmah Andayani. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam*. Journal of Business Administration Vol 1. No 2.
- Lupiyoadi, Rambat. 2018. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi, Edisi 3*. Salemba Empat:Jakarta
- Mayer, R.C., J. H. Davis, dan F. D. Schoorman. 1995. *An Integratif Model of Organizational Trust*. Academy of Management Review.
- Nawawi, Muhammad Tony dan Purwanto. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Bank Bni 46 Kantor Cabang*





- Pembantu Di Universitas Tarumanagara Jakarta. Conference on Management and Behavioral Studies Universitas Tarumanagara. Jakarta.*
- Nuraini. 2009. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Desain Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Skripsi Fakultas Ekonomi Undip.
- Otoritas Jasa Keuangan Indonesia. Statistik Perbankan Indonesia tahun 2010. <https://ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/statistik-perbankan-indonesia/default.aspx#> (Diakses tanggal 7 Oktober 2019)
- Paisal dan Afrizawati. 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Terminal Penumpang Kapal Cepat Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vol.15 (2).
- Pavlou, P. A., dan D. Gefen. 2002. *Building Effective Online Marketplaces with Institution-based Trust*. Proceedings of Twenty-Third International Conference on Information Systems.
- Prakoso, Arvan Ali. 2017. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas (Studi pada Forum Jual Beli Kaskus)*. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Pratama, Ferdy Febry dan Nurafni Rubiyanti. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Driverbdg*. E-Proceeding of Management : Vol 3. No 1.
- Ratnah dan Muljadi. 2018. *Pengaruh Tangible Dan Responsiveness Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Pada Layanan Samsat Keliling Balaraja Kabupaten Tangerang Banten*. Jurnal Perilaku Dan Strategi bisnis, Vol.6 No.1, 2018.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sholeha, Ludviyatus, Sutrisno Djaja dan Joko Widodo. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi*. Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial, Volume 12 Nomor 1.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- , 2014. *Memahami Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

- Tambunan, Putri Rahmayanti dan Bethani Suryawardani. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. JNE Perwakilan Kawalayaan Tahun 2014*. Banking and Management Revie Vol.4 No.2 2015. Hal. 554-566
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- , 2007. *Manajemen Pelayanan Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Welim, Yohannes Yahya dan Ahmad Arifin. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Bpr Supradanamas Pondok Gede Bekasi)*. Prosiding SENTIA 2016 –Politeknik Negeri Malang Volume 8.
- Yoga. 2015. *Pengaruh Kualitas pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. Studi Kasus Pelanggan di PT Indo Samudera Perkasa Semarang*. Jurnal Of Management. 4. (4).
- Yuliardi, Ricki dan Zuli Nuraeni. 2017. *Statistika Penelitian Plus Tutorial SPSS*. Yogyakarta: Innosain.
- Yuniarta, Frizky, Ika Barokah S. dan Gusti Ayu Wulandari. 2019. *Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Paket Pada PT. JNE Express Cabang Jember Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, Volume VI (1).
- Zeithaml, V. A., dan A. Parasuraman. 2004. *Service Quality*. Marketing Science Institute, New York.

