

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab IV, dikemukakan beberapa simpulan sebagai berikut :

1. Dari uji validitas untuk layanan ( $x_1$ ) menunjukkan bahwa terdapat 6 item yang signifikans dianggap valid, dan tidak signifikans yang dianggap tidak valid tidak ada. Dan uji validitas untuk keunggulan produk ( $x_2$ ) menunjukkan bahwa terdapat 4 item yang signifikans dianggap valid, dan tidak signifikans yang dianggap tidak valid tidak ada. Serta uji validitas untuk kepuasan nasabah (Y) menunjukkan bahwa terdapat 8 item yang signifikans dianggap valid, dan selebihnya 1 item tidak signifikans yang dianggap tidak valid.
2. Dari uji reliabilitas untuk layanan ( $x_1$ ) menunjukkan bahwa hasil korelasi antara skor item ganjil dan genap adalah sebesar  $0,770 >$  dari  $r_{\text{tabel}}$  sebesar  $0,256$  menunjukkan tingkat reabilitas layanan ( $x_1$ ) sangat tinggi. Dan uji reliabilitas untuk keunggulan produk ( $x_2$ ) menunjukkan bahwa hasil korelasi antara skor item ganjil dan genap adalah sebesar  $0,862 >$  dari  $r_{\text{tabel}}$  sebesar  $0,256$  menunjukkan tingkat reabilitas keunggulan produk ( $x_2$ ) yang tinggi. Serta uji reliabilitas untuk kepuasan nasabah (Y) menunjukkan bahwa hasil korelasi antara skor item ganjil dan genap adalah sebesar  $0,686 >$  dari  $r_{\text{tabel}}$  sebesar  $0,256$  menunjukkan tingkat reabilitas kepuasan nasabah (Y) yang sangat tinggi.



3. Nilai Durbin-Watson sebesar 2,161. Dengan  $\alpha = 5\%$ ,  $n = 100$  dan  $k = 2$ , maka didapat harga Durbin Watson tabel yaitu  $d_i = 1,63$  dan  $d_u = 1,72$ . Artinya uji  $d$   $2,161 > 1,72$ , maka  $H_0$  diterima, jadi tidak ada otokorelasi dalam model regresi.
4. Dari hasil perhitungan yang dilakukan dapat diketahui bahwa pengaruh yang signifikan antara variabel bebas yaitu layanan ( $x_1$ ) dan keunggulan produk tahapan ( $x_2$ ) pada PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya secara serempak terhadap variabel terikat kepuasan nasabah ( $Y$ ), maka hipotesis yang dikemukakan dapat diterima kebenarannya. Hal ini terbukti pada hasil SPSS menunjukkan pengaruh layanan ( $x_1$ ) dan keunggulan produk tahapan ( $x_2$ ) sangat signifikan yaitu  $\text{sig} < 0,05$ .
5. Dari kedua variabel bebas yaitu layanan ( $x_1$ ) dan keunggulan produk tahapan ( $x_2$ ) yang memberikan pengaruh paling besar terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya adalah layanan ( $x_1$ ).
6. Berdasarkan analisis koefisien parsial dengan program SPSS, diketahui variabel bebas layanan ( $x_1$ ) secara individu mampu menjelaskan variasi (perubahan) kepuasan nasabah sebesar 0,627 atau 62,70%; dan untuk variabel bebas keunggulan produk tahapan ( $x_2$ ) secara individu mampu menjelaskan variasi (perubahan) kepuasan nasabah sebesar 0,436 atau 43,60%.
7. Hasil uji hipotesis koefisien regresi secara individu (uji nilai  $t$ ) pada  $\alpha = 5\%$  dengan  $df = 97$ , menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel bebas yaitu layanan ( $x_1$ ) terhadap kepuasan nasabah sebesar 7,929,



sedangkan variabel bebas keunggulan produk tahapan ( $x_2$ ) ada pengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 4,777. Secara berurutan yang berpengaruh paling dominan yaitu layanan ( $x_1$ ) sebesar 7,929.

8. Hasil uji hipotesis koefisien regresi secara menyeluruh (uji nilai F) pada  $\alpha = 5\%$  dengan  $df = 2$  dan 97 adalah sebesar 81,311. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel bebas layanan ( $x_1$ ) dan keunggulan produk tahapan ( $x_2$ ) secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah adalah sangat signifikan.
9. Dari uraian tersebut di atas butir 1 sampai 8 setelah diambil simpulan bahwa hipotesis terbukti benar.

## 5.2. Saran

Adapun saran-saran yang dikemukakan untuk PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya, sebagai berikut :

1. Diharapkan pelayanan jasa profesional harus mengutamakan kepuasan nasabah, dalam hal ini Bank Central Asia harus dapat memberikan apa yang dibutuhkan oleh nasabah untuk memenuhi kebutuhan akan kepuasan dari nasabah tersebut. Hal ini harus didukung pula dengan peningkatan kualitas dan kuantitas dari layanan terhadap nasabah dan juga sumber daya manusia yang mutlak dan harus dilaksanakan secara berkesinambungan, sehingga dapat tercipta kepuasan nasabah.
2. Diharapkan para frontliner dalam memberikan layanan khususnya menjelaskan informasi mengenai keunggulan produk tahapan BCA dilakukan dengan tanggap, handal, dan sikap ramah kepada nasabah, sehingga secara langsung dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah.





## DAFTAR PUSTAKA

### Literatur :

Alhusin, Syahri, Aplikasi Statistik Praktis, Edisi Kedua, Edisi Revisi, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2003.

Dajan, Anto, Pengantar Metode Statistik I, LP3ES, Cetakan ke-11, Jakarta, 1986.

Davis, Keith and John Newstrom, Organization Behavior : Human Behavior at Work, Mc. Graw Hill, Inc, Ninth Edition, Singapore, 1993.

Dendawijaya, Lukman, Manajemen Perbankan, Cetakan Pertama, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2001.

Effendy, Rustam, Pengantar Marketing Management, Jilid Dua, Genius, Malang, 1996.

Kotler, Philip, Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Edisi ke-2, Erlangga, Jakarta, 1995.

Sudjana, Statistik Untuk Ekonomi dan Niaga, Tarsiti, Edisi ke-5, Jakarta, 1990.

Supranto, J., Statistik : Teori dan Aplikasi, Edisi Lima, Jilid Dua, Erlangga, Jakarta, 1997.

Swastha, Basu, Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua, Cetakan Kedelapan, Liberty, Yogyakarta, 2000.

Tjiptono, Fandy, Strategi Pemasaran, Edisi II, Cetakan keenam, ANDI, Yogyakarta, 2002.

William J. Stanton, Etzel, Michael J. and Walker, Bruce J., Fundamental of Marketing, Ninth Edition, Mc Graw Hill Inc., New York, 1994.

Zaithaml, Valerie A., A. Parasuraman and Leonard L. Berry, Delivery Quality Service : Balancing Customer Perceptions and Expectations, The Free Press, New York, 1993.

### Majalah :

Benny Purnomo, SMART News : Marketing Service, Majalah Internal BCA, Edisi Nopember, 2004.

Buku Saku Produk BCA, BCA Kantor Wilayah XIV, 1998.

