

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang digunakan sesuai dengan tujuan hipotesis yang dilakukan, dengan analisis regresi linier sederhana, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari uji validitas untuk kualitas pelayanan (X) menunjukkan bahwa terdapat 15 item yang signifikan yang dianggap valid, dan tidak signifikan yang dianggap tidak valid tidak ada. Dan uji validitas untuk kepuasan nasabah (Y) menunjukkan bahwa terdapat 10 item yang signifikan yang dianggap valid, tidak signifikan yang dianggap tidak valid tidak ada.
2. Dari uji reliabilitas untuk kualitas pelayanan (X) menunjukkan bahwa hasil korelasi antara skor item ganjil dan genap adalah sebesar  $0,983 >$  dari  $r_{\text{tabel}}$  sebesar  $0,256$  menunjukkan tingkat reliabilitas kualitas pelayanan (X) sangat tinggi.. Serta uji reliabilitas untuk kepuasan nasabah (Y) menunjukkan bahwa hasil korelasi antara skor item ganjil dan genap adalah sebesar  $0,854 >$  dari  $r_{\text{tabel}}$  sebesar  $0,256$  menunjukkan tingkat reliabilitas kepuasan nasabah (Y) yang sangat tinggi.
3. Nilai Durbin-Watson sebesar  $1,309$ . Dengan  $\alpha = 5\%$ ,  $n = 100$  dan  $k = 1$ , maka didapat harga Durbin Watson tabel yaitu  $d_i = 1,65$  dan  $d_u = 1,69$ . Artinya uji  $d_u$   $1,309 < 1,69$ , maka  $H_0$  ditolak, jadi ada otokorelasi dalam model regresi tersebut.



1. Bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh secara nyata terhadap kepuasan nasabah (Y) dimana  $Y = 9,134 + 0,548X$  dengan nilai  $t_{hitung}$  (13,702) >  $t_{tabel}$  (1,980).
2. Dalam hubungan secara simultan ini dihasilkan koefisien determinasi (R square) sebesar 0,657 atau 65,70% dari data yang ada menunjukkan bahwa, variabel bebas kualitas pelayanan (X) mampu menjelaskan besar hubungannya terhadap variabel terikat yaitu kepuasan nasabah (Y).

## 5.2. Saran

Saran-saran yang dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan terhadap para nasabah diusahakan untuk lebih dipertahankan agar para nasabah tertarik terhadap kualitas pelayanan yang dimiliki PT. Bank Central Asia Tbk. KCP HR. Muhammad Surabaya. Didalam hal ini diharapkan semua peralatan yang disediakan oleh perusahaan jasa untuk konsumennya, dapat berfungsi dengan baik dan memadai didukung dengan keterampilan yang dimiliki karyawannya, dengan demikian jasa yang diberikan pada pelanggan benar-benar memberikan manfaat yang maksimal pada saat dibutuhkan.
2. Pelayanan terhadap para nasabah diusahakan untuk lebih dipertahankan agar para nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Jika pelayanan yang dirasakan lebih kecil dari pada yang diharapkan, maka konsumen menjadi tidak tertarik pada penyedia pelayanan PT. Bank Central Asia Tbk. KCP HR. Muhammad Surabaya, tetapi jika terjadi hal yang sebaliknya, maka



konsumen besar kemungkinannya akan menggunakan jasa itu lagi. Sehingga para nasabah tersebut tetap menabung di PT. Bank Central Asia Tbk. KCP HR. Muhammad Surabaya dan tidak pindah ketempat yang lain.



## DAFTAR PUSTAKA

- Amrillah, 2001, *Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Central Asia Tbk. Cabang Rungkut*, Surabaya.
- Chin Bui Liong, 2003, *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Central Asia Tbk. Cabang Darmo*, Surabaya.
- Hanan, Mac and Peter Karp, 1998, *Corpnans, American Management Association*, New Kotler, Philip and Gary Armstrong, 1995, diterjemahkan. Ancilla. Edisi 8, Prehallindo Salemba, Jakarta.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, 1995, *Marketing*, diterjemahkan. Ancilla. Edisi 8, Prehallindo Salemba, Jakarta.
- \_\_\_\_\_, 1997, *Principle of Marketing*, Prentice Hall Inc., Seventh Edition, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Kotler, Philip, 1996, *Marketing Management : An Asian Perspective*, Prentice Hall, Inc, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Kotler, Philip, 1998, *Marketing, Management : Analysis, Planning*, Prentice Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey, Sixth Edition.
- Mantra, Ida Bagus, 1988, *Metodologi Penelitian*, Pustaka Jaya, Jakarta.
- Nazir, Muhammad, 1988, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Erlangga, Jakarta.
- Stanton, William J, 1996, *Fundamental of Marketing*, New York : McGraw-Hill Book Company, Inc.
- Sugianto dan Dergibson Siagian, 2001, *Teknik Sampling*, PT. Sun, Jakarta.
- Swastha, Basu, 2000, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Cetakan Kedelapan, Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 1996, *Manajemen Jasa*, Edisi I, Cetakan kelima, ANDI, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2002, *Strategi Pemasaran*, Edisi II, Cetakan keenam, ANDI, Yogyakarta.



Transistari, Ralina, 1998, *Strategi Pemasaran Organisasi. Jurnal kajian Bisnis*, Yogyakarta, Sekolah Tinggi ilmu Ekonomi Widya Wahana.

Yamit, Zulian, 1998, *Manajemen Pemasaran*. Ekonisia, Yogyakarta.

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

