

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel *User friendly* (X1), Letak yang strategis (X2), Fasilitas yang lengkap (X3) dan Kehandalan (X4) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap Kepuasan Konsumen (Y), dengan F_{hitung} sebesar 35,089 dengan signifikansi 0.000.
2. Variabel bebas yang secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen adalah variabel *User friendly* (X1) yang mempunyai nilai $t_{hitung}=3,529$ dengan signifikansi 0,001, variabel Letak yang strategis (X2) yang mempunyai nilai $t_{hitung}=5,066$ dengan signifikansi 0,000, variabel Fasilitas yang lengkap (X3) dengan $t_{hitung}=2,875$ dengan signifikansi 0,005. Sedangkan variabel Kehandalan (X4) secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, yang mempunyai nilai $t_{hitung}=-0,343$ dengan signifikansi 0,732.
3. Variabel bebas yang meliputi *User friendly* (X1), Letak yang strategis (X2), Fasilitas yang lengkap (X3) dan Kehandalan (X4) yang paling dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah Letak yang strategis (X2) dengan signifikansi 0,000. Hal ini dilihat dari uji parsial masing-masing variabel.
4. Nilai R diperoleh hasil 0,772 yang berarti keeratan hubungan antara variabel bebas dengan terikat sebesar 0,772. Nilai $R^2 = 0,596$ menerangkan bahwa keseluruhan variabel bebas dapat mempengaruhi variabel terikat Kepuasan



Konsumen sebesar 59,6% sedangkan sisanya 40,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang diteliti.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan peneliti berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan Bank BCA dapat meningkatkan sistem yang sudah di laksanakan agar semakin baik lagi di masa yang akan datang.
2. Diharapkan Bank BCA dapat lebih meningkatkan kehandalan ATM, seperti tidak keluarnya uang, bukti pembayaran yang tidak keluar, gagal transfer, maupun ATM tidak beroperasi .
3. Diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk mengamati variabel lain yang diduga mempengaruhi nilai kepuasan konsumen.



DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Alhusin Sahri, 2003, Aplikasi statistic Praktis, Edisi kedua, Edisi Revisi, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Gujarati, Damodar , 1995, Ekonometrika Dasar , Edisi ke Empat, Erlangga, Jakarta.
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang, 2002, Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen , Yogyakarta , BPFE – Yogyakarta.
- Kartajaya Hermawan, 2002, On Marketing, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
....., 2003, Marketing in Venus. PT. Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, 1996, Principle of Marketing, Eight Edition, Prentice Hall International Inc. Englewood Cliff, New Jersey.
- Laporan Keuangan BCA 2005.
- Majalah Swa, Januari 2005.
- Majalah Marketing, Maret 2006.
- Payne, Andrian, 2001, Service Marketing – Pemasaran jasa , Andi, Yogyakarta.
- Stanton, William J, 1995, Fundamental of Marketing , tenth Edition, New York, Mc Graw Hill Inc.
- Swastha, Basu, 2000, Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua, Cetakan Kedelapan, Liberty, Yogyakarta.
- Umar ,Husin. 2003, Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen ,, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Zeithaml, Valerie A, A. Pasuraman and Leonard L. Barry, 1993, Delivery Quality Service, Balancing Costumer Perceptions and Expectations, The Free Press, New York.

