

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang digunakan sesuai dengan tujuan hipotesis yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Ternyata kualitas produk (x_1) dan layanan (x_2) berpengaruh secara serempak terhadap kepuasan nasabah (Y), hal ini terlihat dari hasil $F_{hitung} (133,171) > F_{tabel} (3,09)$ atau signifikan $(0,000) < \alpha (0,05)$.
2. Ternyata kualitas produk (x_1) dan layanan (x_2) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah (Y), hal ini terlihat dari nilai t_{hitung} kualitas produk (x_1) $(8,479) > t_{tabel} (1,980)$ atau signifikan $(0,000) < \alpha (0,05)$, nilai t_{hitung} layanan (x_2) $(2,498) > t_{tabel} (1,980)$ atau signifikan $(0,000) < \alpha (0,05)$.
3. Dari kedua variabel yang diteliti, ternyata variabel bebas layanan (x_2) memiliki pengaruh paling dominan karena nilai koefisien regresi 1,269 lebih besar dibandingkan nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (x_1) 0,326.

5.2. Saran

Adapun saran-saran yang dikemukakan sebagai berikut :

1. Sebaiknya pihak PT. Bank Central Asia Tbk. KCU Darmo Surabaya harus terus menerapkan pelayanan (Sigap, Menarik, Antusias, Ramah, Teliti) yang lebih baik bagi calon nasabah perusahaan, di mana secara langsung pelayanan



yang optimal dapat meningkatkan kepuasan calon nasabah perusahaan tersebut.

2. Sebaiknya Bank Central Asia Tbk. KCU Darmo Surabaya tetap menjaga kualitas produk dengan baik, misalnya dengan meningkatkan kualitas produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah.



DAFTAR PUSTAKA

- Adam Jr, Everett .E, Ronald J. Ebert, 1998, *Production and Operation Management*, Prentice Hall International.Inc, Fifth Edition, New Jersey.
- Alhusin, Syahri, 2003, *Aplikasi Statistik Praktis*, Edisi Kedua, Edisi Revisi, Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Barata, Atep, Adya, 2003, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, Jakarta, PT. Gramedia.
- Budhianto, T.H., 2003, *Mengukur Kepuasan Nasabah*, Semarang, Info BCA No. 128.
- Dajan, Anto, 1986, *Pengantar Metode Statistik I*, Cetakan 11, Jakarta, LP3ES.
- Davis, Keith and John Newstrom. 1993, *Organization Behavior : Human Behavior at Work*, Ninth Edition. Singapore. Mc. Graw Hill, Inc.
- Effendy, Rustam, 1996, *Pengantar Marketing Management*, Jilid Dua, Malang, Genius.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, 1994, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi lima, Jilid 1, Jakarta, Intermedia
- _____, 1997, *Principle of Marketing*, Seventh Edition, New Jersey, Prentice Hall International Inc. Eglewood Cliff.
- Lupiyoadi, Rambat, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktik.*, Salemba Empat.
- Singarimbun, Masri, dan Sofian Effendi (Editor), 1995, *Metode Penelitian Survei*, Edisi Revisi, Jakarta, LP3ES.
- Sudjana, 1990, *Statistik Untuk Ekonomi dan Niaga*, Edisi ke-5, Jakarta, Tarsiti.
- Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi Kesatu, Bandung, Alfa Beta.
- Supranto, J., 1997, *Statistik : Teori dan Aplikasi*, Edisi Lima, Jilid 1, Jakarta, Erlangga.
- Swastha, Basu, 2000, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Cetakan Kedelapan, Yogyakarta, Liberty.
- Tjiptono, Fandy, 1996, *Manajemen Jasa*, Edisi I, Cetakan kelima, Yogyakarta, ANDI.
- _____, 2002, *Strategi Pemasaran*, Edisi II, Cetakan keenam, Yogyakarta, ANDI.
- William J. Stanton, Etzel, Michael J. and Walker, Bruce J., 1991, *Fundamental of Marketing*, Ninth Edition, New York, Mc Graw Hill Inc.

