

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan dengan analisis linier regresi berganda, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hipotesis pertama terbukti **untuk nasabah kecil** variabel *assurance* (x_1), *responsiveness* (x_2), *emphaty* (x_3), *reliability* (x_4), *tangible* (x_5) berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah (Y), hal ini terlihat dari hasil $F_{hitung} (43,986) > F_{tabel} (2,43)$ atau signifikan $(0,000) < \alpha (0,05)$; sedangkan **untuk nasabah besar** variabel *assurance* (x_1), *responsiveness* (x_2), *emphaty* (x_3), *reliability* (x_4), *tangible* (x_5) berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah (Y), hal ini terlihat dari hasil $F_{hitung} (26,517) > F_{tabel} (2,43)$ atau signifikan $(0,000) < \alpha (0,05)$.
2. Hipotesis kedua terbukti **untuk nasabah kecil** variabel *assurance* (x_1), *responsiveness* (x_2), *emphaty* (x_3), *reliability* (x_4), *tangible* (x_5) berpengaruh signifikan secara individu terhadap kepuasan nasabah (Y), hal ini terbukti dari nilai $t_{hitung} assurance (x_1) (2,387) > t_{tabel} (1,980)$ atau signifikan $(0,000) < \alpha (0,05)$, nilai $t_{hitung} responsiveness (x_2) (3,899) > t_{tabel} (1,980)$ atau signifikan $(0,000) < \alpha (0,05)$, nilai $t_{hitung} emphaty (x_3) (2,637) > t_{tabel} (1,980)$ atau signifikan $(0,002) < \alpha (0,05)$, nilai $t_{hitung} reliability (x_4) (2,357) > t_{tabel} (1,980)$ atau signifikan $(0,006) < \alpha (0,05)$, dan nilai $t_{hitung} tangible (x_5) (4,785) > t_{tabel} (1,980)$ atau signifikan $(0,006) < \alpha (0,05)$; sedangkan **untuk nasabah besar** variabel *assurance* (x_1), *responsiveness*



(x_2), *emphaty* (x_3), *reliability* (x_4), *tangible* (x_5) berpengaruh signifikan secara individu terhadap kepuasan nasabah (Y), hal ini terbukti dari nilai t_{hitung} *assurance* (x_1) (2494) $> t_{tabel}$ (1,980) atau signifikan (0,016) $< \alpha$ (0,05), nilai t_{hitung} *responsiveness* (x_2) (2,243) $> t_{tabel}$ (1,980) atau signifikan (0,030) $< \alpha$ (0,05), nilai t_{hitung} *emphaty* (x_3) (2,032) $> t_{tabel}$ (1,980) atau signifikan (0,048) $< \alpha$ (0,05), nilai t_{hitung} *reliability* (x_4) (2,800) $> t_{tabel}$ (1,980) atau signifikan (0,008) $< \alpha$ (0,05), dan nilai t_{hitung} *tangible* (x_5) (2,687) $> t_{tabel}$ (1,980) atau signifikan (0,010) $< \alpha$ (0,05).

3. Dari kelima variabel yang diteliti, variabel bebas **untuk nasabah kecil** yang berpengaruh paling dominan yaitu variabel *tangible* (x_5) yang mana nilai koefisien regresi sebesar 0,983 lebih besar dibandingkan nilai koefisien regresi variabel *responsiveness* (x_2) sebesar 0,463, *emphaty* (x_3) sebesar 0,390, *assurance* (x_1) sebesar 0,385, dan *reliability* (x_4) sebesar 0,283. Dan variabel bebas **untuk nasabah besar** yang berpengaruh paling dominan yaitu variabel *reliability* (x_4) yang mana nilai koefisien regresi sebesar 1,082 lebih besar dibandingkan nilai koefisien regresi variabel *assurance* (x_1) sebesar 0,703, *emphaty* (x_3) sebesar 0,698, *responsiveness* (x_2) sebesar 0,520, dan *tangible* (x_5) sebesar 0,373.

4. Hasil analisa regresi berganda **untuk nasabah kecil** menunjukkan nilai koefisien determinasi berganda (R square) sebesar 0,833, artinya seluruh variabel bebas yaitu memberikan *assurance* (x_1), *responsiveness* (x_2), *emphaty* (x_3), *reliability* (x_4), *tangible* (x_5) dapat menjelaskan variabel terikat kepuasan nasabah kecil (Y) sebesar 83,30%, sedangkan 16,70% dipengaruhi oleh variabel selain memberikan *assurance* (x_1), *responsiveness* (x_2), *emphaty* (x_3),



reliability (x_4), *tangible* (x_5). Serta hasil analisa regresi berganda **untuk nasabah besar** menunjukkan nilai koefisien determinasi berganda (R square) sebesar 0,751, artinya seluruh variabel bebas yaitu memberikan *assurance* (x_1), *responsiveness* (x_2), *emphaty* (x_3), *reliability* (x_4), *tangible* (x_5) dapat menjelaskan variabel terikat kepuasan nasabah besar (Y) sebesar 75,10%, sedangkan 24,90% dipengaruhi oleh variabel selain memberikan *assurance* (x_1), *responsiveness* (x_2), *emphaty* (x_3), *reliability* (x_4), *tangible* (x_5).

5.2. Saran

Adapun saran-saran yang dikemukakan sebagai berikut :

1. Pihak PT. Bank Central Asia Tbk. KCU Darmo Surabaya, sebaiknya terus meningkatkan kualitas layanan perusahaan yang meliputi *assurance* (x_1), *responsiveness* (x_2), *emphaty* (x_3), *reliability* (x_4), *tangible* (x_5) untuk meningkatkan kepuasan nasabah.
2. Pihak PT. Bank Central Asia Tbk. KCU Darmo Surabaya juga terus menjaga kepercayaan dan keamanan bertransaksi para nasabah tetap maupun calon nasabah, dengan sebaik-baiknya sehingga loyalitas nasabah dapat dipertahankan.



DAFTAR PUSTAKA

- Adam Jr, Everett .E, Ronald .J. Ebert, 1992, *Production and Operation Management*, Prentice Hall International.Inc, Fifth Edition, New Jersey.
- Alhusin, Syahri, 2003, *Aplikasi Statistik Praktis*, Edisi Kedua, Edisi Revisi, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Barata, Atep, Adya, 2003, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, Jakarta, PT. Gramedia.
- Bone dan Kuntz, 1995, *Pemasaran*, Prentice Hall, New Jersey.
- Budhianto, T.H., 2003, *Mengukur Kepuasan Nasabah*, Semarang, Info BCA No. 128.
- Dajan, Anto, 1996, *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.
- Hanan dan Karp, 1998, *Strategi Pemasaran*, Prentice Hall, Inc. Englewood Cliffs, New Jersey.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, 1997, *Principle of Marketing*, Eight Edition, New Jersey, Prentice Hall International Inc. Eglewood Cliff.
- Kotler, Philip, 1997, *Principle of Marketing*, Seventh Edition, New Jersey, Prentice Hall International Inc. Eglewood Cliff.
- 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.
- Tjiptono, Fandy, 2002, *Strategi Pemasaran*, Edisi II, Cetakan keenam, Yogyakarta, ANDI.
- Zaithaml, Valerie A., A. Parasuraman and Leonard L. Berry, 1993, *Delivery Quality Service : Balancing Customer Perceptions and Expectations*, New York, The Free Press.

