

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

5.1.1. Berdasarkan pembahasan pada bab IV, didapat hasil persentase dari indeks skor pada variabel kepuasan dan variabel loyalitas dari masing-masing indikator sebagai berikut:

a. Variabel Kepuasan dengan indikator:

1. Kualitas produk, IS = 84%, tergolong “Sangat Berpengaruh”.
2. Kualitas pelayanan, IS = 82%, tergolong “Sangat Berpengaruh”.
3. Emosional, IS = 83%, tergolong “Sangat Berpengaruh”.
4. Biaya, IS = 78%, tergolong “Berpengaruh”.

b. Variabel Loyalitas dengan indikator:

1. Pembelian Ulang (*Repeat Purchase*), IS = 86%, tergolong “Sangat Berpengaruh”.
2. Ketahanan (*Retention*), IS = 79%, tergolong “Berpengaruh”.
3. Referensi (*Referalls*), IS = 87%, tergolong “Sangat Berpengaruh”.

Berdasarkan rata-rata nilai indeks variabel kepuasan adalah sebesar 81% yang tergolong “Sangat Berpengaruh” dan loyalitas nasabah berdasarkan Pembelian Ulang (*Repeat Purchase*), Ketahanan (*Retention*), dan Referensi (*Referalls*) berdasarkan nilai indeks variabel loyalitas adalah sebesar 84% yang tergolong “Sangat Berpengaruh”. Oleh karena itu dapat dikatakan semakin tinggi tingkat kepuasan, maka semakin tinggi tingkat loyalitas. Sebaliknya semakin rendah kepuasan maka semakin rendah loyalitas. Artinya kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Sumsel Babel Cabang Utama Kapten A. Rivai Palembang.

5.1.2. Indikator yang paling dominan pada variabel kepuasan yaitu indikator kualitas produk dengan hasil persentase sebesar 84% pada pernyataan “Produk-produk perbankan dari Bank Sumsel Babel sangat bervariasi

serta lebih unggul dibandingkan produk perbankan dari perusahaan lainnya”. Hal ini menunjukkan bahwa produk perbankan dari Bank Sumsel Babel sangat bervariasi serta lebih unggul dari produk perbankan lainnya. Sedangkan indikator yang paling dominan pada variabel loyalitas yaitu indikator referensi (*referalls*) pada pernyataan “saya bersedia dan tidak keberatan untuk mereferensikan kepada orang lain agar menjadi nasabah Bank Sumsel Cabang Utama Kapten A. Rivai” dengan persentase skor sebesar 87% dan tergolong dalam kategori sangat berpengaruh. Dari indikator referensi menunjukkan bahwa sikap loyalitas nasabah Bank Sumsel Babel Cabang Utama Kapten A. Rivai yang bersedia dan tidak keberatan untuk mereferensikan kepada orang lain untuk menjadi nasabah Bank Sumsel Babel Cabang Utama Kapten A. Rivai. Hal ini dapat membantu pihak bank untuk mendapatkan nasabah baru. Dari kedua variabel di atas, indikator yang paling dominan pada masing-masing variabel adalah indikator kualitas produk dengan hasil persentase sebesar 84% pada variabel kepuasan dan indikator referensi (*referall*) dengan hasil persentase sebesar 87% pada variabel loyalitas.

5.2 Saran

Berdasarkan Kesimpulan yang telah dibuat, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bank Sumsel Babel Cabang Utama Kapten A. Rivai Palembang perlu melakukan perbaikan biaya administrasi tabungan dengan kebijakan penurunan biaya administrasi tabungan Simpeda yang mendapat peringkat terendah dalam variabel kepuasan pada indikator biaya berdasarkan hasil indeks skor adalah sebesar 78% serta meminimalisir kekurangan dari produk bank dengan terus memperbaiki kekurangan produk untuk mempertahankan loyalitas nasabah yang mendapat peringkat terendah dalam variabel loyalitas pada indikator ketahanan (*retention*) berdasarkan nilai indeks adalah sebesar 79%.

2. Bank Sumsel Babel Cabang Utama Kapten A. Rivai Palembang tetap harus mempertahankan serta terus berinovasi untuk menciptakan produk Bank Sumsel yang lebih bervariasi dari produk perbankan lain serta mempertahankan kualitas produk dan pelayanan yang sudah ada dan sudah dinilai oleh nasabah melalui kuesioner dengan cara tetap memberikan pelayanan terbaik dan sikap ramah kepada para nasabah. Hal ini akan membuat nasabah merasa nyaman untuk bertransaksi di Bank Sumsel Babel Cabang Utama Kapten A. Rivai Palembang dan untuk mempertahankan loyalitas nasabah sehingga nasabah akan mereferensikan Bank Sumsel Babel kepada orang lain. Hal ini dapat membantu pihak bank untuk mendapatkan nasabah baru.