

## **BAB 5**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Dari hasil pengujian hipotesis dan pembahasan, maka kesimpulan yang dapat dijelaskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, diketahui pula bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya. Berdasarkan jawaban responden mengenai variabel kepercayaan dan kepuasan, diketahui bahwa responden sangat setuju. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kepercayaan (X1) berpengaruh terhadap kepuasan (Y1) diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan Henry, (1995) dalam Wibowo, (2008), serta penelitian yang dilakukan oleh Moorman *et al.*, (1993).
2. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, diketahui pula bahwa komitmen berpengaruh terhadap kepuasan pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya. Berdasarkan jawaban responden mengenai variabel komitmen dan kepuasan, diketahui bahwa responden sangat setuju. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa komitmen (X2) berpengaruh terhadap kepuasan (Y1) diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan Trisnaningsih, (2004) dalam Dewi, (2008), serta penelitian yang dilakukan oleh Wilson, (1995) dalam Omar, (2010).
3. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, diketahui pula bahwa kemampuan komunikasi berpengaruh terhadap kepuasan

pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya. Berdasarkan jawaban responden mengenai variabel kemampuan komunikasi dan kepuasan, diketahui bahwa responden sangat setuju. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa kemampuan komunikasi (X3) berpengaruh terhadap kepuasan (Y1) diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan Parasuraman *et al.*, (1988) dalam Utama, (2003), serta penelitian yang dilakukan oleh Anderson *and* Narus, (1990) dalam Omar, (2010).

4. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, diketahui pula bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya. Berdasarkan jawaban responden mengenai variabel kepercayaan dan loyalitas, diketahui bahwa responden sangat setuju. Dengan demikian, hipotesis keempat yang menyatakan bahwa kepercayaan (X1) berpengaruh terhadap loyalitas (Y2) diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan Ramsey *dkk.*, (1997) dalam Agung, (2006), serta penelitian yang dilakukan oleh Moorman *et al.*, (1993).
5. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, diketahui pula bahwa komitmen berpengaruh terhadap loyalitas pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya. Berdasarkan jawaban responden mengenai variabel komitmen dan loyalitas, diketahui bahwa responden sangat setuju. Dengan demikian, hipotesis kelima yang menyatakan bahwa komitmen (X2) berpengaruh terhadap loyalitas (Y2) diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan Nielsen, (1998) dalam Agung, (2006), serta penelitian yang dilakukan oleh Wilson, (1995) dalam Omar, (2010).

6. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, diketahui pula bahwa kemampuan komunikasi berpengaruh terhadap loyalitas pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya. Berdasarkan jawaban responden mengenai variabel kemampuan komunikasi dan loyalitas, diketahui bahwa responden sangat setuju. Dengan demikian, hipotesis keenam yang menyatakan bahwa kemampuan komunikasi (X3) berpengaruh terhadap loyalitas (Y2) diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan Oliver dkk., (1997) dalam Sugihartono, (2009) serta penelitian yang dilakukan oleh Anderson *and* Narus, (1990) dalam Omar, (2010).
7. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, diketahui pula bahwa kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya. Berdasarkan jawaban responden mengenai variabel kepuasan dan loyalitas, diketahui bahwa responden sangat setuju. Dengan demikian, hipotesis ketujuh yang menyatakan bahwa kepuasan (Y1) berpengaruh terhadap loyalitas (Y2) diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan Schnaars, (1991) dalam Silaban, (2002) serta penelitian yang dilakukan oleh Tjiptono, (2000) dalam Omar, (2010).

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah ada, saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan perbankan hendaknya memperhatikan sikap yang ditampilkan dari kepercayaan para nasabah terhadap perbankan agar dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah terutama terhadap Bank Mandiri Syariah di Surabaya yang

berorientasi pada teknologi transaksi terbaru, memiliki nama baik di kalangan nasabah perbankan, keamanan akun nasabah dari resiko kehilangan dana yang dirasakan pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya.

2. Perusahaan perbankan hendaknya meningkatkan komitmen karyawan dalam melayani para nasabah dengan tujuan menciptakan kepuasan dan loyalitas para nasabah terutama pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya dengan memperhatikan komitmen karyawan Bank dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, komitmen dalam memberikan pelayanan pada waktu yang tepat, komitmen dalam melayani konsumen dapat dipercaya, komitmen dalam merespon kebutuhan konsumen pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya.
3. Perusahaan perbankan diharapkan meningkatkan kemampuan komunikasi para karyawannya dalam memberikan berbagai informasi kepada para nasabah dengan tujuan menciptakan kepuasan dan loyalitas nasabah pada perbankan terutama Bank Mandiri Syariah di Surabaya dengan memperhatikan kemampuan komunikasi karyawan Bank memiliki sifat keterbukaan dalam informasi yang diberikan kepada nasabah, kecepatan merespon terhadap pertanyaan dari nasabah, kualitas informasi yang diberikan kepada nasabah pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya.
4. Perusahaan perbankan hendaknya memperhatikan sikap yang ditampilkan dari kepuasan yang dirasakan oleh para nasabahnya guna menciptakan loyalitas nasabah pada perbankan terutama Bank Mandiri Syariah di Surabaya dengan memperhatikan kepuasan nasabah akan keahlian manajemen, pengetahuan yang

dimiliki karyawan Bank, biaya pelayanan yang terjangkau, efisiensi dalam bertransaksi, fasilitas parkir yang disediakan, kampanye iklan yang menarik.

5. Perusahaan perbankan hendaknya memperhatikan sikap yang ditampilkan dari loyalitas nasabah khususnya pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya dengan menciptakan rasa sulit untuk berpindah Bank, memiliki hubungan baik dengan staf Bank, sikap yang responsive terhadap perubahan kebutuhan nasabah.
6. Penelitian yang akan datang diharapkan dapat menjelaskan ruang lingkup Bank Syariah atau menjelaskan program-program Bank Syariah.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Bly, R. W., 2003, *Fool Proof Marketing*, Jakarta: Erlangga.  
<http://books.google.co.idkepercayaan+pelanggan>.
- Cohen D, Gan C, dan Choong E., 2006, Customer Satisfaction: A Study of Bank Customer Retention In New Zealand, *Discussion Paper No. 109*, March: 19.
- Dent, F. E., dan Brent, M., 2008, *Latihan Singkat Tangkas Mempengaruhi dan Berkomunikasi Efektif*, Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta.
- Erika., 2009, *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Olagafood Industri*, Medan: Universitas Sumatra Utara Fakultas Ekonomi Program Strata 1.
- Irawan, H., 2002, *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PT Elek Media Komputindo.<http://books.google.co.idkepuasan>.
- Krismanto, A., 2009, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah*, Semarang: PT Bank Rakyat Indonesia.
- Kertajaya, H., 2003, *Marketing in Venus*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.<http://books.google.co.idmarketingvenus>.
- Morissan, M. A., 2010, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Maharsi, S., dan Fenny., 2006, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking di Surabaya*, Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra.
- Ndubisi, N. O., 2006, *Relationship Marketing and Customer Loyalty*, Malaysia: Monash University.

- Omar, M. W., and Ali, M. N. M., 2010, *Brand Loyalty and Relationship Marketing in Islamic Banking System*, Malaysia: Canadian Social Science.
- Royan, F. M., 2004, *Negotiation Consultative Selling*, Jakarta: PT Elek Media Komputindo.
- Rangkuti, F., 2004, *Flexible Marketing*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F., 2009, *Mengukur Efektivitas Program Promosi & Analisis Kasus Menggunakan SPSS*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sunarto., 2006, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing*, Kendal: Tabungan BRITAMA BRI.
- Soegoto, E. S., 2008, *Marketing Research The Smart Way to Solve a Problem*, Jakarta: PT Elek Media Komputindo.
- Yudantara, I. K. G., 2006, *Mengubah Ketidakpastian Menjadi Kekuatan*, Jakarta: PT Elek Media Komputindo.
- Yee, R. W. Y., and Yeung, A. C. L., and Cheng, T. C. E., 2003, *The Impact of Employee Satisfaction on Quality and Profitability in High Contact Service Industries*, Hong Kong: Hung Hom Kowloon.