

## **BAB 5**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Disimpulkan bahwa hipotesis 1 yang menyatakan *perceived value* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada BCA Syariah di Surabaya diterima.
2. Disimpulkan bahwa hipotesis 2 yang menyatakan *perceived value* berpengaruh terhadap *commitment* pada BCA Syariah di Surabaya diterima.
3. Disimpulkan bahwa hipotesis 3 yang menyatakan *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada BCA Syariah di Surabaya diterima.
4. Disimpulkan bahwa hipotesis 4 yang menyatakan *commitment* berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada BCA Syariah di Surabaya diterima.

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan simpulan di atas, maka saran yang dapat diajukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti berikutnya untuk melakukan penelitian sejenis atau penelitian lebih lanjut.
2. Bagi peneliti berikutnya, disarankan untuk melakukan pengembangan penelitian dari segi budaya perbankan.

3. Untuk meningkatkan *customer loyalty*, BCA Syariah di Surabaya disarankan lebih memperhatikan pengaruh *perceived value*, *customer satisfaction* dan *commitment* dalam pengambilan keputusan stratejik mendatang.



## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Abdullah, Mustafa. 2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bauran Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Restoran D'cost Seafood Bandung)*. Universitas Pendidikan Indonesia, [http://repository.upi.edu/operator/upload/s\\_d5451\\_055343\\_chapter2.pdf](http://repository.upi.edu/operator/upload/s_d5451_055343_chapter2.pdf)
- Afsar, et. al., 2010. "Determinants of Customer Loyalty in The Banking Sector: The Case of Pakistan". *African Journal of Business Management*, Vol.4 (6), pp. 1040-1047, June, 2010.
- Aksa, Erwin. 2011. Kepercayaan Terhadap Bank Bisa Berkurang, diakses 15 Desember, 2011, [http://www.harianhaluan.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3374:kepercayaan-terhadap-bank-bisa-berkurang&catid=5:ekbis&Itemid=77](http://www.harianhaluan.com/index.php?option=com_content&view=article&id=3374:kepercayaan-terhadap-bank-bisa-berkurang&catid=5:ekbis&Itemid=77)
- Best, Roger J., 2004. *Market Based Management-Strategies for Growing Customer Value and Profitability*, Third Edition. United States of America: Prentice Hall.
- Cheng, H., et. al., 2011. *Ethics in Electronic Commerce: An Exploration of Its Consequences*, *African Journal of Business Management* Vol.5 (11), pp. 4500-4509, 4 June, <http://www.academicjournals.org/>
- Durianto, D., Sugiarto dan Sitinjak, T., 2001. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Tama.
- Eakuru, Nattakarn, and Mat, Nik Kamariah N., 2008. *The Application of Structural Equation Modeling (SEM) in Determining The Antecedents of Customer Loyalty in Banks in South Thailand*, *The Business Review*, Cambridge, Vol.10, Num. 2, Summer.
- E-syariah, 2010. Perkembangan Bank Syariah di Indonesia, diakses 12 September, 2011, <http://cintasyariah.wordpress.com/2010/02/25/perkembangan-bank-syariah-di-indonesia/>
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS, Edisi Ketiga*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Gwinner KP, Gremler DD, Bitner MJ. 1998. *Relational benefits in services industries: The customer's perspective*. J. Acad. Mark. Sci., 26(2): 101-114.
- Hanyanto, M., 2010. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Beli *Online* melalui Sikap Konsumen pada Produk Boutique *Online* di Situs Jejaring Sosial *Facebook*. *Skripsi Tidak Dipublikasikan*, Surabaya: Program Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Hawkins, D., Mothersbaugh, D., and Best, R., 2007. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*, Tent Edition. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Hennig-Thurau T, Gwinner KP, Gremler DD. 2002. *Understanding relationship marketing outcomes*. J. Serv. Res., 4(3): 230-247.
- Isnadi, Didik. 2005. Analisis Pengaruh *Customer Relationship Marketing* Terhadap Nilai Nasabah dan Keunggulan Produk dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. *Tesis Tidak Dipublikasikan*, Semarang: Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang.
- Jasfar, Hj. Farida. 2002. "Kualitas Jasa dan Hubungannya dengan Loyalitas serta Komitmen Konsumen: Studi pada Pelanggan Salon Kecantikan". *Jurnal Siasat Bisnis* No. 1, Vol 7, h. 43-64.
- Kertajaya, Hermawan. 2000. *Siasat Memenangkan Pasar Global*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- , Hermawan. 2006. *Hermawan Kertajaya on Service: Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Kotler, P., and Armstrong, G., 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Kedelapan, Jilid 2, Ahli Bahasa: Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- , P., and Keller, K., L., 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua belas, Jilid 1, Ahli Bahasa: Benyamin Molan. Jakarta: PT. Indeks.

- Kurniasih, Apriyani. 2010. Tiga Kekuatan Baru Perbankan Syariah, INFO BANK-Analisis Strategi Perbankan dan Keuangan, ed., No. 376-381, Juli-Desember, 2010.
- Kusmayadi, Tatang. 2005. *Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan*. Universitas STIE STAN Indonesia Mandiri.
- Lee, Hyung Seok. 2010. "Factors Influencing Customer Loyalty of Mobile Phone Service: Empirical Evidence from Koreans. *Journal of Internet Banking and Commerce*, August 2010, vol. 15, No. 2.
- Luarn, P., and Lin, H.H., 2003. *A Customer Loyalty Model for E-Service Context*. Department of Business Administration National Taiwan University of Science and Technology. *Journal of Electronic Commerce Research*, VOL. 4, NO. 4.
- Muhidin, Sambas A., dan Abdurrahman, M., 2007. *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur dalam Penelitian*. Bandung: CV.Pustaka Setia.
- Mussry, Jacky, Hermawan, M., dkk., 2007. *MarkPlus on Marketing: The Second Generation*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Narver, John C., and Slater, Stanley F., 1994. "The Effect of Market Orientation and Business Profitability". *Journal of Marketing* 54 (4): 20-35.
- Nugroho, S., 2011. *Pengaruh Advertising Spending dan Distribution Intensity melalui Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Ekuitas Merek McDonald's di Surabaya*. *Skripsi Tidak Dipublikasikan*, Surabaya: Program Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Oliver, R.L., 1997. "Loyalty and profit : long – term effects of satisfaction", *satisfaction : A behavioural perspective on the Consumer*. MC Graw – Hill Companies, Inc., New York, NY.
- Pribadi. Angga A., 2010. *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Value Added Service Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Operator Selular GSM*. *Tesis Tidak Dipublikasikan*, Jakarta: Program Studi Magister Universitas Indonesia Jakarta.

- Rahadian, Susalit, S., 2006. Analisis Pengaruh Loyalitas Pelanggan dan Perilaku Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek. *Tesis Tidak Dipublikasikan*, Semarang: Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *Flexible Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan dan Kuncoro. 2008. *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta.
- Riel, Allard C.R. Van. 2005. *Managing Service Quality: Service Innovation Management*. Emerald, Vol. 15, No. 6. // [www.emeraldinsight.com](http://www.emeraldinsight.com)
- Rini, Endang Sulistya. 2007. Pengaruh *Economic Content, Resource Content, dan Social Content* Terhadap Kepercayaan, Kepuasan dan Komitmen serta *Relationship Intention* Debitur Bank Sumut di Sumatera Utara. *Disertasi Tidak Dipublikasikan*, Surabaya: Program Pascasarjana Universitas Airlangga Surabaya.
- Sentana, Aso. 2006. *Service Exellent & Customer Satisfaction*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Simamora, Bilson, 2002, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Solihin, Ahmad Ifham. 2008. *Ini Lho, Bank Syariah*. Jakarta Timur: Hamdalah.
- Sujana, Asep ST., 2004. *Retail Negotiator Guidance: Menyikap Rahasia Sukses Global Retailer*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Suyanto, 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Syamsiah, Neneng. 2009. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai yang Dirasakan Pelanggan untuk Menciptakan Kepuasan Pelanggan di RSUP Dokter Kariadi Semarang. *Tesis Tidak Dipublikasikan*, Semarang: Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang.
- Syekh, Sayid. 2011. *Pengantar Statistik Ekonomi dan Sosial*. Jakarta: Gaung Persada (GP).

- Tanumihardjo, Y., 2011. Pengaruh *E-s-qual* Terhadap *Actual Purchases* melalui *Perceived Value* dan *Loyalty* pada Pembelian Pakaian Jadi secara *Online* Melalui *Facebook* di Surabaya. *Skripsi Tidak Dipublikasikan*, Surabaya: Program Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Too, Leanoë H.Y, Anne L Souchon., and Peter C Trikell. 2000. *Relationship Marketing and Customer Loyalty in a Retail Setting: A Dyadic Exploration*. ISBN No. 1. Aston Business Scholl Research Institute. Aston University.
- Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Verhoef, Peter C., Philip Hans Franses., and Janny C Hoekstra. 2002. *The Effect of Relational Constructs on Customer Referrals and Number of Service Purchased from a Multy Service Provider: Does Age of Relationship Matter*. *Journal of Academy of Marketing Science*, Vol. 30, No.3.
- Wiroso, 2005. *Perhimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Wiyono, Slamet. 2005. *Cara Mudah Memahami Akuntansi Perbankan Syariah*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Yamin, S., dan Kurniawan, H., 2009. *Structural Equation Modeling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel-PLS*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Zeithaml, V., A., Leonard L., Berry., and A., Parasuraman. 1996. *The Behavioral Consequences of Service Quality*. *Journal of Marketing*. Vol. 50, Vol. 1, pp. 31-46.