

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Simpulan hasil penelitian berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis penelitian, sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan dari layanan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Simpulan penelitian ini bahwa kualitas pelayanan yang semakin tinggi menyebabkan tingkat kepuasan yang semakin tinggi. Dengan kata lain hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu: kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Pahlawan Surabaya, diterima.
2. Kualitas pelayanan dari layanan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan. Simpulan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang semakin tinggi menyebabkan tingkat kepercayaan pelanggan yang semakin kuat terhadap layanan BRI Cabang Pahlawan Surabaya. Dengan kata lain hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu: kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pada PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Pahlawan Surabaya, diterima.

3. Kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan, artinya semakin tinggi kepuasan pelanggan menyebabkan pelanggan memiliki kepercayaan yang semakin kuat terhadap BRI Cabang Pahlawan Surabaya. Dengan kata lain hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu: kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pada PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Pahlawan Surabaya, diterima.
4. Kepuasan pelanggan adalah variabel yang memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan. Dengan kata lain hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu: kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pelanggan pada PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Pahlawan Surabaya, diterima.

5.2. Saran

Berdasarkan simpulan hasil penelitian yang diajukan, maka saran teoritis dan saran praktis yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Saran teoritis

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan, baik

secara langsung maupun melalui mediasi kepuasan pelanggan. Untuk mampu lebih mengembangkan kajian teoritis mengenai perilaku pelanggan, maka untuk penelitian selanjutnya disarankan menggunakan hasil penelitian ini sebagai rujukan untuk membahas dampak dari kepercayaan yang telah dibangun oleh perusahaan.

2. Saran praktis

Berdasarkan hasil analisis nilai rata-rata tanggapan pelanggan terhadap variabel penelitian, diketahui bahwa yang perlu lebih ditingkatkan dari pelayanan BRI Cabang Pahlawan Surabaya berhubungan dengan masalah informasi. Untuk itu, saran praktis yang diajukan adalah sebagai berikut:

- a. Sebaiknya pihak pemasar dari bank selalu menginformasikan produk-produk terbaru kepada pelanggan, melalui ponsel atau email sehingga pelanggan memahami dengan baik semua produk-produk yang dimiliki oleh BRI Cabang Pahlawan Surabaya.
- b. Informasi yang diberikan kepada pelanggan sebaiknya disertai dengan link website BRI Cabang Pahlawan Surabaya agar pelanggan bisa mendapatkan informasi secara terinci atas produk-produk BRI Cabang Pahlawan Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfin, R., Alhabsji, T., Nimran, U. & Suharyono. (2013). Effect of Service Quality and Product Quality To Corporate Image, Customer's Satisfaction and Customer's Trust. *Journal of Business and Management* Vol. 9, No. 6, pp. 1-9
- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi). Jakarta : Rineka Cipta
- Augusty, F. (2005). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Augusty, F. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Budi, S.D.O. (2006). *Perencanaan dan Pembangunan Sistem Informasi Sistem Informasi*, Penerbit andi, Yogyakarta.
- Budiman, H.2010. *Sukses Bertanam Jagung Komoditas Yang Menjanjikan*. Bandung: Pustaka baru Press
- Chinomona, R. & Dubihlela, D. (2014). Does Customer Satisfaction Lead to Customer Trust, Loyalty and Repurchase Intention of Local Store Brands? The Case of Gauteng Province of South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences* Vol 5 No 9, pp. 23-32

- Engel, et al (1990).. Consumer Behavior, 6th ed, Chicago : The Dryden Press.
- Felix, R. (2017). Service Quality and Customer Satisfaction in Selected Banks in Rwanda. Journal of Business & Financial Affairs Vol. 6. No. 1, pp. 1-12
- Firdian, D. (2012). Aplikasi Metode Servqual dan Six Sigma Dalam Menganalisis Kualitas Layanan PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Jaringan (UPJ) Dinoyo Malang. Jurnal Iprekas: Ilmu Pengetahuan dan Rekayasa. Vo. 13, No. 1. Halaman 51-60
- Firdian, E. (2012). Aplikasi Metode Servqual dan Six Sigma Dalam Menganalisis Kualitas Layanan PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Jaringan (UPJ) Dinoyo Malang. Jurnal Iprekas: Ilmu Pengetahuan dan Rekayasa. Vo. 13, No. 1. Halaman 51-60
- Ghozali, I. (2001). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- Hair, J.F. (1998). Multivariate Data Analysis, New Jersey, Prentice-Hall.
- Husein, U. (2003). Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka
- Husein, U. (2007). Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Irina, B. (2010). Evaluating Customer Satisfaction in Banking Services. Management & Marketing , Vol. 5, No. 2, pp. 143-150

- Iriana. (2010). *Evaluating Customer Satisfaction in Banking Services*. Buchares, Romania.
- Irmawati, & Kurniasari, R. (2010). Pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pasien berobat inap di RSUD moewar di Jebres”. *Manajemen dan Bisnis*. 15(1), 1-6.
- Isnaini, M. (2011). *Pertanian Organik, Untuk Keuntungan Ekonomi dan*
- Juanita, H.A. & Lestari, U.P. (2015). Tingkat Kepercayaan Konsumen Dan Pemanfaatan E-Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk E- Tiket Pesawat Di Octopus Travel Surabaya. *Jurnal Ebis Vol. 7, No.1. Hal:55-74*
- Kaihatu. (2008). Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pengunjung plaza Tunjungan Surabaya.UK Petra. Surabaya.
- Khan, I.U., Ehsan, N., Ahmad, K. & Anwar, W. (2015). Customer Satisfaction and Trusting in obtaining online banking services. *Global Advanced Research Journal of Management and Business Studies Vol. 4. No. 4, pp. 168-175*
- Kolter, P. (1994). *Marketing management : Analysis, planning, implementation, Control*. Ed. 8, New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management “Analysis, Planning, Implementation and Control” (9th ed.)*. New Jersey: Prentice Hall International, Inc

- Kotler, P. (2000). Manajemen Pemasaran, Perspektif Asia. Yogyakarta : Andi
- Kotler, P. (2000). Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Jakarta,Prehallindo.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2010). Manajemen Pemasaran. Jilid 1, Edisi Ketiga belas. Jakarta : Erlangga.
- LeBoeuf, M. (2010). Memenangi dan Memelihara Pelanggan Seumur Hidup (Rahasia Sukses Bisnis Sepanjang Masa) cetakan ke-4. Tangga Pustaka: Jakarta
- Lita, W. (2009). Modul bank Dan Lembaga Keuangan: Universitas KomputerIndonesia
- Maharsi & Fenny. (2006). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking di Surabaya. Kajian Bisnis STIE Widya Wiwaha. No. 23, Mei- Agustus.
- Mircholi, A., Asadi, A., & A. Harooni. (2013). Trust, Reputation and Quality of E-Banking Services (Case Study: Melli Bank Customers). International Journal of Management Academy, Vol. 1. No. 1, pp. 42-48
- Nazir, M. (2003). Metode Penelitian, Jakarta: Salemba Empat
- Nazir, M. (2005). Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia
- Nasution, M.N. (2004). Manajemen Jasa Terpadu. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.
- Nawawi, H. (2012). Metode Penelitian Bidang Sosial. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.

- Osman, Z., Mohamad, R.K. & Mohamad, L. (2016). Mediating Effect of Customer Satisfaction on Service Quality and Trust Relationship in Malaysian Banking Industry. *International Journal of Advances in Management, Economics and Entrepreneurship* Vol. 3 No. 1, pp. 10-19
- Pohan, I. (2007). *Jaminan Mutu Layanan Kesehatan : Dasar-Dasar Pengertian Dan Penerapan*. Jakarta: EGC
- Pohan, I. (2007). *Jaminan Mutu Layanan Kesehatan : Dasar*
- Purnama, N. (2010). *Mari Mengenal J2ME Java 2 Micro Edition*. Jakarta: Prestasi Pustaka
- Purnama, N. (2006). *Manajemen Kualitas: Perspektif Global*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Raimondo, M.A. (2013). The Measurement of Trust in Marketing Studies: A Review of Models and Methodologies. *Journal of Marketing* Vol. 4. No. 2, pp. 1-43
- Robbin, S.P., & Judge, T.A. (2008). *Perilaku Organisasi, Edisi Duabelas*, Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Sadiq, M., Rehman, S. & Anjum, K.M.J. (2013). Customers Perception of Service Quality in Banking and The Level of Customers satisfaction; A Study of Maybank Berhad. *Actual Problems of Economics*, Vol. 11. No. 149, pp. 494-504
- Santoso, S. (2005). *Menguasai Statistik di Era Informasi Dengan SPSS 12*. Jakarta : PT. Alex Media Komputindo.

- Shpëtim, C. (2012). Exploring the Relationships among Service Quality, Satisfaction, Trust and Store Loyalty among Retail Customers. *Journal of Competitiveness* Vol. 4, No 4, pp. 16-35.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Supranto, J. (2001). *Statistik Teori dan Aplikasi, Cetakan Kedua*, Jakarta: Erlangga. Jakarta.
- Supranto, J. (1997). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (1995). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F. (2006). *Pemasaran Jasa (1st ed)*. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen jasa. Edisi pertama*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F. (1996). *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F. & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction. Edisi Ketiga*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Usmara, A. (2003). *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Amoro Book.

- Yamin, S., & Kurniawan, H. (2009). *Structural Equation Modeling*, Jakarta: Salemba Infotek
- Yamit (2010). *Manajemen Kualitas Produk & jasa* . Yogyakarta. Ekonesia
- Yuliarmi & Riyasa. (2007). Analisis Faktor-faltor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar. *Buletin Studi Ekonomi* Volume 12 No 1.
- Zarei, E., Daneshkohan, A., Khabiri, R. & Arab, M. (2015). The Effect of Hospital Service Quality on Patient's Trust. *Iran Red Crescent Med J*. Vol. 17, No. 1, pp. 1-5