

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

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

1. *Service quality* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada Bank BCA di Surabaya. Oleh karena itu hipotesis I yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
2. *Brand image* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada Bank BCA di Surabaya. Oleh karena itu hipotesis II yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
3. *Customer satisfaction* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada Bank BCA di Surabaya. Oleh karena itu hipotesis III yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
4. *Service quality* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada Bank BCA di Surabaya. Oleh karena itu hipotesis IV yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
5. *Brand image* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada Bank BCA di Surabaya. Oleh karena itu hipotesis V yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian dan simpulan yang telah disebutkan di atas, maka dapat diajukan saran sebagai berikut:

1. Saran Praktis:

- a. Pihak Bank BCA di Surabaya diharapkan lebih meningkatkan *service quality* agar para nasabah dapat merasa lebih nyaman dan aman dalam melakukan kegiatan perbankan di Bank BCA Surabaya.
- b. Pihak Bank BCA di Surabaya harus lebih gencar mengadakan / mensosialisasikan produk-produk perbankan yang berbeda daripada bank lainnyadengan manfaat yang tentunya lebih unggul dari bank pesaing.
- c. Pihak Bank BCA di Surabaya diharapkan menyesuaikan perbandingan biaya dengan manfaat serta *service quality* yang didapatkan oleh nasabah Bank BCA di Surabaya agar para nasabah semakin puas dan kemudian menjadi loyal/setia.

2. Saran Akademis:

Bagi peneliti dimasa akan datang disarankan menambahkan variabel yang mempengaruhi *customer satisfaction* dan *customer loyalty* khususnya dalam industri perbankan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Andersson, dan Lindestad.,1998, Customer Loyalty and Complex Service: The Impact of Corporate Image on Quality, Customer Satisfaction and Loyalty for Customer With Varying Degrees of Service Expertise.*International Journal of Service Industry Management*. Vol9, p: 7-23.
- Arief., 2007, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*.Malang: Banyumedia Publishing.
- Bahar et al ., 2009,Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Penggunaan Moda Angkutan Umum Informal. *Jurnal Simposium XII Forum Studi Transportasi antar Perguruan Tinggi*, P:972-981.
- Durianto, D., Sugiarto, dan Sitingjak, T., 2004, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fandy Tjiptono.,2008,*Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi.Yogyakarta.
- Ferdinand, Augusty., 2002. *Structural Equation Modellingdalam PenelitianManajemen*. Semarang:FE UNDIP.
- Ghozali dan Fuad, 2005, *Structural Equation Modeling Teori Konsep& Aplikasi dengan Program Lisrel 8.54*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hair, et al. 2006. *Multivariate Data Analysis*. Fifth Edition. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Hidayat, Racmad., 2009,Pengaruh Kualitas, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*,Vol 11(1), h: 59-72.
- Howard, 1989, *The Theory of Buyer Behavior*. (Edisicetakulang) New York: John Wiley and Sons

- Keller, L.L., 1993, Conceptualising, measuring and managing customer based brand equity. *Journal of Marketing*. Vol. 57, No. 1 (Jan., 1993), p: 1-22
- Kotler, Philip dan Keller.,2002, *Marketing Management*, Pearson Education Inc.
- Lovelock, Christopher dan Lauren Wright alih bahasa, Agus Widyantoro. *Manajemen Pemasaran Jasa*.,2005, Jakarta: Indeks. 98.
- Lupiyoadi, Rambat., 2001,*Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Mowen,J.c dan Minor,M. (2002), *Perilaku Konsumen*, Jilid 1, Edisi Kelima, Jakarta: Erlangga
- Osman, dan Sentosa., 2014, Influence of Customer Satisfaction on Service Quality and Customer Loyalty Relationship in Malaysian Commercial Banking Industry,*International Journal of Economics, Finance and Management*, Vol 3, No 2,P:115-120 Maret 2014.
- Pramudyo., 2012, Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Intervening (Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta), *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi* – Vol. I, No. 1,P: 1-16.Agustus 2012.
- Rangkuti, Freddy., 2004, *The Power of Brand*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Selnes, F. (1993), “An Examination of the Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction, and Loyalty, *Journal of Marketing*, Vol. 27 No. 9, p 19-35.
- Setiadi.,2003, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Silalahi,U.,2003,*Studi Tentang Ilmu Administrasi*, Bandung: Sinar Baru Aglesindo.
- Simamora,2002, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Surabaya: Pustaka Utama.

Sugiyono., (2004), *Metode Penelitian Bisnis*, CV. Alfabeta, Bandung.

_____, 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta, Bandung.

Sutisna., 2001, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, Cetakan I.

Tjiptono, Fandy., 2001, *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi.

_____, 2004, *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi.

_____, 2006, *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi.

_____, 2008, *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi.

Tjiptono, Fandy, dan Chandra, G., 2005, *Service Quality & Satisfaction*, Yogyakarta: Andi.

Zeithaml, Valarie A and Mary Jo Bitner., 2000. *Service Marketing*. Singapore: McGraw-Hill Companies Inc.: 3-287.

www.bca.co.id/id/about/cari-tahu-tentang-bca/produk-dan-layanan/produk-dan-layanan_landing.jsp. *Produk dan layanan Bank BCA*. 2015. Diakses pada tanggal 12 Oktober 2015.