

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.2 Kesimpulan

Dari hasil analisa pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Gambaran persepsi responden tentang masing-masing variabel :
 - Kualitas Pelayanan termasuk dalam kategori “baik”;
 - Loyalitas Nasabah termasuk dalam kategori “baik”;
2. Berdasarkan pengujian secara parsial, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :
 - *Tangible* (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y) dengan persentase pengaruh sebesar 6,14%;
 - *Realibility* (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y) dengan persentase pengaruh sebesar 3,11%;
 - *Responsiveness* (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y) dengan persentase pengaruh sebesar 10,88%;
 - *Assurance* (X_4) tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y) dengan persentase pengaruh sebesar 0,57%;
 - *Empaty* (X_5) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y) dengan persentase pengaruh sebesar 15,90%;

Berdasarkan pengujian secara simultan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- *Tangible* (X_1), *Realibility* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Assurance* (X_4) dan *Empaty* (X_5) memberikan pengaruh simultan (bersama-sama) sebesar

36,6% terhadap Loyalitas Nasabah (Y), sedangkan sisanya sebesar 63,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati di dalam penelitian ini.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan penelitian ini dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Karena keterbatasan waktu penelitian ini hanya mengambil sampel pada satu variabel yaitu kualitas pelayanan dan hanya di satu cabang yaitu PT. OCBC NISP TBK cabang Universitas Kristen Maranatha.
2. Penelitian ini hanya menggunakan kuesioner yang diisi dengan benar oleh responden dalam teknik pengambilan sampel. Sehingga peneliti hanya mendapatkan data yang dimiliki responden yang telah mengisi dengan benar dan hanya 1 responden yang mengisi asal kuesioner.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, dapat dikembangkan beberapa saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Pihak manajemen PT. OCBC NISP TBK cabang Universitas Kristen Maranatha harus selalu mengawasi, mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang mencakup 5 (lima) variabel yaitu variabel *tangible*, *realibility*, *responsiveness*, *assurance* dan *empaty* agar loyalitas nasabah semakin meningkat, hal tersebut bisa dilakukan dengan cara melakukan evaluasi kinerja staf/karyawan 1 bulan sekali, mempertahankan dan meningkatkan konsistensi kinerja karyawan, memberikan motivasi dan penghargaan kepada karyawan sehingga karyawan bisa memberikan kontribusi yang terbaik.

2. Variabel *emphaty* merupakan salah satu variabel yang dominan dan berpengaruh signifikan bagi terciptanya loyalitas nasabah PT. OCBC NISP TBK cabang Universitas Kristen Maranatha, oleh karena itu hendaknya PT. OCBC NISP TBK cabang Universitas Kristen Maranatha memperhatikan, serta terus meningkatkan faktor tersebut.
3. Diharapkan dalam pengambilan data sampel untuk penelitian selanjutnya tidak hanya menggunakan kuesioner, tetapi ada wawancara langsung.