

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan analisis yang telah diuraikan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dimensi kualitas pelayanan bukti fisik (*tangible*) memiliki koefisien regresi sebesar 0,184 terhadap kepuasan pelanggan dan memiliki nilai t hitung 2,275 (lebih besar dari t tabel 1,656) dengan nilai signifikansi 0,024 ( $< 0,05$ ). Dengan demikian hipotesis 1 yang menyatakan bahwa bukti fisik (*tangible*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.
2. Dimensi kualitas pelayanan kehandalan (*reliability*) memiliki koefisien regresi sebesar 0,155 terhadap kepuasan pelanggan dan memiliki nilai t hitung 2,079 (lebih besar dari t tabel 1,656) dengan nilai signifikansi 0,039 ( $< 0,05$ ). Dengan demikian hipotesis 2 yang menyatakan bahwa kehandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.
3. Dimensi kualitas pelayanan daya tanggap (*responsiveness*) memiliki koefisien regresi sebesar  $- 0,057$  (negatif) terhadap kepuasan pelanggan dan memiliki nilai t hitung  $- 0,763$  (lebih kecil dari t tabel 1,656 atau  $-1,656$  bila pengujian dilakukan di sebelah kiri) dengan nilai signifikansi 0,447 ( $> 0,05$ ). Dimensi daya tanggap hanya berpengaruh akan tetapi tidak terbukti berpengaruh secara signifikan dalam penelitian ini. Dengan demikian hipotesis 3 yang menyatakan bahwa daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan tidak dapat diterima.
4. Dimensi kualitas pelayanan jaminan (*assurance*) memiliki koefisien regresi sebesar 0,308 terhadap kepuasan pelanggan dan memiliki t hitung 3,798 (lebih besar dari t tabel 1,656) dengan nilai signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ). Dengan demikian hipotesis 4 yang menyatakan bahwa jaminan (*assurance*) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.

5. Dimensi kualitas pelayanan empati (*empathy*) memiliki koefisien regresi sebesar  $-0,010$  (negatif) terhadap kepuasan pelanggan dan memiliki nilai  $t$  hitung  $-0,129$  (lebih kecil dari  $t$  tabel  $1,656$  atau  $-1,656$  bila pengujian dilakukan di sebelah kiri) dengan nilai signifikansi  $0,898$  ( $> 0,05$ ). Dimensi kehandalan hanya berpengaruh akan tetapi tidak terbukti berpengaruh secara signifikan dalam penelitian ini. Dengan demikian hipotesis 5 yang menyatakan bahwa empati (*empathy*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan tidak dapat diterima.

## 5.2 Implikasi manajerial

Temuan-temuan pada penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi pengelola Bank dalam mengevaluasi kualitas pelayanan (*service quality*). Dimensi kualitas pelayanan ternyata terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan tantangan bagi penyedia jasa Bank adalah selalu memenuhi harapan dan keinginan dari pelanggan yang setiap saat berubah.

Dalam penelitian ini diperoleh dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan adalah dimensi bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), dan jaminan (*assurance*). Upaya mengoptimalkan dimensi *tangible*, *reliability*, dan *assurance* merupakan kunci penting untuk mendapat kepuasan pelanggan, oleh karena itu hal-hal yang perlu mendapat perhatian antara lain :

- Terhadap bukti fisik (*tangible*)
  - o Memperbaiki dan meningkatkan fasilitas yang sudah disediakan Bank, misalnya dengan menambah kursi duduk untuk menunggu.
  - o Memperbaharui seragam karyawan agar terlihat rapi dan sopan dimata pelanggan.
- Terhadap kehandalan (*reliability*)
  - o Mendorong peningkatan kemampuan dan wawasan karyawan, misalnya dengan mengadakan training diluar jam kerja perusahaan.

- Terhadap jaminan (*assurance*)
  - o Memberikan suasana yang aman ketika melakukan transaksi di Bank.
  - o Memberikan arahan kepada karyawan untuk sebisa mungkin tidak melakukan kesalahan ketika melayani pelanggan.
  - o Karyawan menunjukkan sikap yang ramah saat memberikan pelayanan.
  - o Karyawan bersikap tenang ketika menghadapi pelanggan yang complain.

### **5.3 Keterbatasan penelitian dan Saran**

Penelitian ini juga masih memiliki keterbatasan-keterbatasan. Dengan keterbatasan ini, diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah kurangnya jumlah sampel yang dikumpulkan oleh peneliti, sehingga penelitian dirasakan kurang mampu untuk menggambarkan kondisi yang sebenarnya. Selain itu sampel yang diambil dalam penelitian ini tidak membedakan antara nasabah yang aktif dan nasabah yang pasif sehingga mengalami kesulitan dalam memperoleh data yang akurat. Selain itu keterbatasan yang lain dalam penelitian ini adalah hanya memfokuskan pada 5 dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (*tangible*), daya tanggap (*reliability*), kehandalan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Lima dimensi kualitas pelayanan (*independen*) tersebut hanya dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (*dependen*) sebesar 21,3% dan sisanya sebesar 78,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Peneliti juga akan memberikan saran berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Berkaitan dengan bukti fisik (*tangible*), bank perlu meningkatkan fasilitas yang sudah disediakan saat ini, merenovasi ruang tunggu agar pelanggan lebih nyaman ketika bertransaksi di Bank, lalu peralatan perbankan yang lebih modern.

2. Berkaitan dengan kehandalan (*reliability*), bank perlu meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan saat ini, dan sesegera mungkin menyelesaikan keluhan yang dialami oleh pelanggan
3. Berkaitan dengan daya tanggap (*responsiveness*), bank perlu memberikan perhatian khusus kepada dimensi ini, karena hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa dimensi daya tanggap memiliki nilai negatif (-). Bank dapat melakukan pelatihan dan pendidikan kepada karyawan mengenai keinginan konsumen untuk dilayani secara cepat dan tepat. Yang pada akhirnya diharapkan agar dimensi daya tanggap akan memberikan nilai positif (+) terhadap kepuasan pelanggan
4. Berkaitan dengan jaminan (*assurance*), bank perlu mempertahankan bahkan apabila memungkinkan bank dapat meningkatkan jaminan yang menjadi salah satu faktor penting yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sikap karyawan yang ramah membuat pelanggan senang dan nyaman ketika diberikan pelayanan, keamanan yang diberikan pihak bank terhadap pelanggan sudah cukup baik
5. Berkaitan dengan empati (*empathy*), bank perlu memberikan perhatian khusus kepada dimensi ini, karena hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa dimensi empati memiliki nilai negatif (-). Bank harus memberikan pelatihan kepada karyawan agar dapat mengembangkan kemampuan berkomunikasi antara karyawan dan pelanggan agar pelanggan merasa puas menggunakan jasa bank. Yang pada akhirnya diharapkan agar dimensi empati akan memberikan nilai positif (+) terhadap kepuasan pelanggan