

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji, menganalisis, dan mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan (service quality) yang diberikan terhadap loyalitas pelanggan (customer loyalty) di Bank UOB Buana Jl.Jamika 22 Bandung. Penelitian ini menggunakan populasi dan sampel para pelanggan yang pernah mengunjungi Bank UOB Buana Jl.Jamika 22 Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode survey dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 150 orang pelanggan Bank UOB Buana. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu kualitas pelayanan (service quality) sebagai variabel independen (X) dan loyalitas pelanggan (customer loyalty) sebagai variabel dependen (Y). Di dalam variabel kualitas pelayanan (service quality) terdapat 5 dimensi atau subvariabel yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy.

Hasil Adjusted R Square untuk kualitas pelayanan (service quality) terhadap loyalitas pelanggan (customer loyalty) adalah sebesar 89,1%. Dari hasil tersebut maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan (service quality) mempengaruhi loyalitas pelanggan (customer loyalty) sebesar 89,1% dan sisanya 10,9% dipengaruhi oleh faktor lain.

## **5.2 Saran**

Memperhatikan kesimpulan penelitian di atas, maka peneliti mengemukakan saran yang meliputi :

1. Kualitas pelayanan pada Bank UOB Buana perlu dipelihara dan ditingkatkan kualitasnya melalui peningkatan perhatian terhadap tugas pegawai seperti membiasakan diri mengajak pegawai untuk memulai pekerjaannya, melengkapi sarana kerja, melakukan evaluasi pekerjaan pegawai secara lebih efektif dan meningkatkan kreatifitas pegawai dalam memecahkan masalah pekerjaannya. Selain itu, perhatian terhadap pegawai perlu ditingkatkan melalui upaya membangun sikap bersahabat dengan pegawai, menghargai hasil pekerjaan pegawai, menerima dan memperbaiki gagasan pegawai berkaitan dengan tugasnya
2. Mengingat cukup besarnya pengaruh faktor lain terhadap loyalitas konsumen pada Bank UOB Buana, maka perlu dilakukan penelitian lanjutan, sehingga diperoleh informasi secara lebih jelas mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas konsumen selain kualitas pelayanan.