

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Secara rinci hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada BCA Cabang Maranatha, Bandung adalah sebesar 8.3% dan sisanya adalah 91.7% dipengaruhi oleh faktor lain.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih mempunyai keterbatasan-keterbatasan. Adanya keterbatasan ini, diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini dilakukan dengan metode *survey* menggunakan kuesioner saja yang seharusnya dapat juga dilakukan dengan wawancara
2. Sampel yang digunakan hanya nasabah sekitar BCA Cabang Maranatha yang telah lama menggunakan fasilitas bank BCA, penelitian ini juga seharusnya dapat menggunakan dengan sampel yang lebih luas, seperti nasabah yang hanya mempunyai rekening di BCA Cabang Maranatha Bandung.

5.3. Saran

Adapun saran untuk penelitian lebih lanjut untuk memperbaiki keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. **Saran Akademisi**

Penelitian selanjutnya menggunakan variabel yang digunakan lebih beragam untuk menguji loyalitas pelanggan seperti kepuasan pelanggan

2. **Saran Praktisi**

Penelitian selanjutnya disarankan meneliti pelanggan secara lebih mendalam misalnya dengan wawancara, agar informasi yang didapat lebih akurat

3. **Implikasi Manajerial**

Dengan seiring berkembangnya perekonomian Indonesia, sektor jasa memiliki potensi dan prospek yang cerah dimasa depan. Banyak jenis jasa yang masih bisa digali dan dikembangkan, baik secara mikro maupun makro. Melalui pemahaman akan karakteristik jasa yang unik, maka dapat dikembangkan strategi pemasaran yang sesuai sehingga bisnis jasa dapat berkembang Tjiptono (1996) dalam Mulyadi (2012). Dengan adanya perbankan, dapat memudahkan para pengusaha dalam bertransaksi dengan jumlah uang yang besar. Dan juga bisa memudahkan konsumen dalam bertransaksi untuk pembelian dimanapun.

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, oleh karena itu kualitas pelayanan harus dipertimbangkan dan disediakan untuk kepentingan perusahaan secara strategis. Dan kualitas pelayanan dapat dibentuk oleh perusahaan lewat interaksi dengan karyawan dalam membuat konsumen

untuk selalu berkeinginan menggunakan produk atau jasa perusahaan serta membina hubungan baik dengan perusahaan Dean (2007) dalam Mulyadi (2012). Kualitas pelayanan yg baik akan mempengaruhi konsumen secara langsung atau tidak langsung untuk menjadi loyal terhadap perusahaan sehingga perusahaan diminta untuk memberikan pelayanan yang terbaik agar mendapatkan konsumen yang loyal. Selain itu juga, konsumen dapat mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan yang di berikan oleh perusahaan sehingga untuk kedepannya perusahaan dapat memperbaiki kualitas pelayanan yang dinilai masih kurang berkontribusi untuk mendapatkan konsumen yang loyal.