

BAB V

PENUTUP

5.1 Keterbatasan penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, simpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh kepercayaan dengan keterkaitan konsumen.
2. Terdapat pengaruh keterikatan pada niat loyalitas merek.
3. Terdapat pengaruh kepercayaan pada niat loyalitas merek yang dimediasi oleh keterikatan konsumen.

5.2 Keterbatasan penelitian

1. Variabel kepercayaan dan keterikatan konsumen tidak diukur berdasarkan setiap dimensi.

5.3 Implikasi Manajerial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pelaku usaha khususnya masukan yang positif untuk pihak bank swasta untuk lebih meningkatkan kualitas dan kuantitas agar masyarakat umum percaya dan mau menjadi nasabah bank swasta.

5.4 Saran

1. Bagi penelitian selanjutnya

- a. Variabel yang diteliti sebaiknya di ukur dengan memisahkan antara *integrity, benevolen, ability* dan yang lainnya.
- b. Peneliti tidak hanya meneliti di Bank swasta saja tetapi di sarankan untuk di bantuan bagi pelaku usaha mikro (BUPM) dan bank pemerintah dengan model dan metode baru dengan cara yang memperbaharui variabel lainnya.

2. Bagi pihak Bank Swasta

- a. Diharapkan dengan adanya layanan di teknologi di zaman modern ini mampu meningkatkan kualitas dan kuantitas perusahaan dalam melayani konsumennya.
- b. Kepercayaan dan keterikatan pada niat loyalitas merek mampu memberikan nama baik yang bagus jika para konsumen percaya sehingga konsumen menjadi terikat dengan perusahaan maka pihak perusahaan harus lebih memaksimalkan layanan baik di dalam kantor maupun di luar kantor seperti adanya penemuan- penemuan baru di bidang pelayanan yang lebih cepat.