

V. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di PT. Bank Negara Indonesia, Tbk Cabang Harmoni Jakarta maka kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas adalah yang diwakili oleh Variabel *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* berpengaruh signifikan baik secara simultan (bersama-sama) dan secara parsial (individu) terhadap kepuasan nasabah

Berikut penjabarannya :

- a. *Tangibles* (bukti fisik) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan indicator penataan desain, sarana parkir, dan kenyamanan fasilitas antrian berpengaruh terhadap bukti fisik.

Variabel kualitas pelayanan yang meliputi *Tangibles*, berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan nasabah PT. BNI Cabang Harmoni Jakarta.

- b. *Realibility* (kehandalan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, begitu pula dengan indicator prosedur layanan, kecepatan dan ketepatan dalam bertransaksi dan keakuratan dalam informasi perbankan, kepiawaian karyawan dan perusahaan dalam memenuhi semua prosedur-prosedur tersebut akan menunjukkan adanya pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Variabel kualitas pelayanan yang meliputi *Reliability* berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan nasabah PT. BNI Cabang Harmoni Jakarta.

- c. *Responsiveness* (ketanggapan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, indikator – indikator yang terdapat pada ketanggapan seperti respon yang baik terhadap keluhan nasabah, memecahkan masalah nasabah, dan tanggap melayani berkelanjutan mempunyai pengaruh yang signifikan terlihat dari hasil penelitian yang menunjukkan nilai probabilitasnya 0,01 dengan standar kritis 0,1.

Variabel kualitas pelayanan yang meliputi *Responsiveness* berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan nasabah PT. BNI Cabang Harmoni Jakarta.

- d. *Assurance* (jaminan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan indicator karyawan menguasai produk, kemampuan dalam memberikan jaminan, dan keamanan dalam bertransaksi berpengaruh terhadap variabel jaminan, Variabel kualitas pelayanan yang meliputi *Assurances* mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah PT. BNI Cabang Harmoni Jakarta.

- e. Empati berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, begitu pula dengan indicator perhatian secara individual, memahami kebutuhan nasabah, dan terus menerus melakukan hubungan interaktif kepada nasabah, semua prosedur-prosedur tersebut akan menunjukkan adanya pengaruh terhadap

kepuasan nasabah. Variabel kualitas pelayanan yang meliputi *Empaty* berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan nasabah PT. BNI Cabang Harmoni Jakarta.

5.2. Saran

Dari kesimpulan diatas dapat dikemukakan beberapa saran yaitu :

- a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *assurance* yang mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan nasabah maka PT. Bank Negara Indonesia Cabang Harmoni Jakarta hendaknya lebih memperhatikan variabel *assurance* pada kinerja pelayanan untuk membawa image yang semakin baik bagi perusahaan. Variabel ini terdiri dari karyawan memiliki pengetahuan yang memadai mengenai sistem perbankan dan produk-produk BNI Cabang Harmoni Jakarta, sehingga dapat menjawab pertanyaan nasabah, kemampuan bank dalam memberikan jaminan keuangan nasabah, dan keamanan nasabah saat bertransaksi. Penting disadarai oleh pihak perusahaan bahwa rasa aman merupakan suatu keadaan yang diperlukan oleh setiap manusia dalam menjalankan kehidupannya dan ini sudah menjadi keharusan dan merupakan unsur utama yang diinginkan oleh pelanggan/nasabah dalam menilai suatu layanan perbankan.

- b. Pegawai PT. Bank Negara Indonesia Cabang Harmoni Jakarta juga harus memperhatikan kualitas pelayanan yang berhubungan dengan variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness* dan *empathy* dikarenakan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah meskipun pengaruhnya tidak terlalu besar.
- c. Hendaknya diperbanyak pelatihan-pelatihan pada pegawai bank yang berhubungan dengan pengetahuan dan keterampilan kerja sehari-hari.
- d. PT. Bank Negara Indonesia Cabang Harmoni Jakarta perlu mengkaji lebih mendalam dan mampu melakukan riset pemasaran secara berkelanjutan untuk penentuan strategi pemasaran perusahaan agar dapat memaksimalkan profitabilitas perusahaan. Hal ini dikarenakan untuk mengantisipasi perubahan keinginan dan kebutuhan nasabah pada variabel kualitas pelayanan seperti *tangibles*, *reliability*, *reponsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, yang dapat berubah sewaktu-waktu.
- e. PT. Bank Negara Indonesia Cabang Harmoni Jakarta sebaiknya selalu melakukan survei atau penelitian kepada nasabah BNI untuk melihat apakah nasabah tersebut puas terhadap pelayanan yang diberikan pihak Bank Negara Indonesia Cabang Harmoni Jakarta.