

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil utama temuan sesuai dengan tujuan penelitian dan berdasarkan pembahasan di Bab IV, maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas layanan yang dimiliki BCA semakin baik kepuasan nasabah yang akan dihasilkan di Layanan *Video Banking* PT Bank Central Asia Tbk.
2. Terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di Layanan *Video Banking* PT Bank Central Asia Tbk. Hal ini berarti bahwa kualitas produk tidak mempengaruhi kepuasan nasabah.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti bahwa semakin baik harga yang dimiliki BCA maka, semakin baik kepuasan nasabah yang akan dihasilkan di Layanan *Video Banking* PT Bank Central Asia Tbk.
4. Terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah di Layanan *Video Banking* PT Bank Central Asia Tbk. Hal ini berarti bahwa kualitas layanan tidak mempengaruhi loyalitas nasabah.
5. Terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah di Layanan *Video Banking* PT Bank Central Asia Tbk. Hal ini berarti bahwa kualitas produk tidak mempengaruhi loyalitas nasabah.
6. Terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan harga terhadap loyalitas nasabah di Layanan *Video Banking* PT Bank Central Asia Tbk. Hal ini berarti bahwa harga tidak mempengaruhi loyalitas nasabah.

7. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di Layanan *Video Banking*. Hal ini berarti bahwa semakin baik kepuasan nasabah yang dimiliki BCA maka, semakin baik kepuasan nasabah yang akan dihasilkan di Layanan *Video Banking* PT Bank Central Asia Tbk.
8. Kepuasan nasabah mampu memediasi kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah di Layanan *Video Banking* PT Bank Central Asia Tbk. Hal ini berarti bahwa adanya kepuasan nasabah mampu memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.
9. Kepuasan nasabah tidak mampu memediasi kualitas produk terhadap loyalitas nasabah di Layanan *Video Banking* PT Bank Central Asia Tbk. Hal ini berarti bahwa adanya kepuasan nasabah tidak mampu memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah.
10. Kepuasan mampu memediasi harga terhadap loyalitas nasabah di Layanan *Video Banking* PT Bank Central Asia Tbk. Hal ini berarti bahwa adanya kepuasan nasabah mampu memediasi pengaruh harga terhadap loyalitas nasabah.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan di dalam penulisan tesis berikut. Oleh karena itu, peneliti memberikan beberapa saran untuk pertimbangan sebagai penyempurnaan.

5.2.1 Saran Teoritis

Untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel kualitas layanan, kualitas produk, harga, loyalitas nasabah dan kepuasan nasabah dalam model moderasi, agar mengetahui pengaruh hubungan antar variabel independen dan dependen secara langsung dan tidak langsung atau silahkan menggunakan salah satu variabel diatas sebagai pertimbangan penelitian selanjutnya untuk dapat memperkuat penelitian.

5.2.2 Saran Praktik

BCA harus mempertahankan kualitas layanan yang telah terbentuk saat ini. Karyawan dapat dilatih serta diberikan pelatihan secara berkala untuk menjaga konsistensi dalam melakukan yang senantiasa baik kepada nasabah. Perlu dilakukannya perkembangan kualitas produk yang dapat dijadikan pembeda dan terdepan antara bank pesaing agar dapat menjadikan BCA sebagai bank yang menjadi pilihan nasabah karena produknya yang unggul dari bank pesaing. BCA harus senantiasa memperhatikan perkembangan dan pembaharuan dari berbagai harga yang ditawarkan pesaing atas produk dan fasilitas lainnya agar tentunya tetap menjadi pilihan bank terbaik bagi nasabah setia BCA.

