

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tentang pengaruh program pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank BJB cabang Bandar Lampung, maka dapat disimpulkan seperti berikut ini :

- a. Dari tujuh program pemasaran terdapat empat variabel yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah, yaitu : Produk (X_1), Karyawan (X_5), Proses (X_6), Bukti Fisik (X_7). Sedangkan variabel Harga (X_2), Promosi (X_3) dan Tempat (X_4). Dan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan adalah variabel Proses (X_6) dengan nilai koefisien sebesar 32,8%.
- c. Dan terdapat pengaruh pada kepuasan nasabah terhadap ini dapat dilihat pada tingkat 5% diperoleh koefisien jalur (*beta standardize*) sebesar 0,980 dengan nilai signifikan 0,000, karena $\text{sig} < \alpha$ atau $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan H_a diterima atau terbukti dengan kata lain terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kepuasan nasabah (Y_1) terhadap loyalitas nasabah (Y_2), hal ini menunjukkan semakin puas nasabah terhadap produk kredit suatu bank maka akan menjadikan konsumen loyal sehingga dapat meningkatkan portofolio kredit nasabah *existing* tersebut.

- d. Secara simultan atau bersama-sama program pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan, dan kepuasan nasabah berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap loyalitas nasabah.

5.2 Saran

- a. Untuk mempercepat proses penyaluran kredit, karena kecepatan perbankan pada proses pengajuan sampai pencairan dapat meningkatkan portofolio kredit mikro Bank BJB.
- b. Memperbaiki pelayanan terhadap nasabah, serta pelatihan secara terus-menerus kepada karyawan terdidik dan terlatih dalam melayani pelanggan.
- c. Peningkatan bukti fisik dapat dilakukan dengan cara memaksimalkan penertiban lahan parkir, karena dengan keterbatasan lahan parkir akan mempengaruhi keinginan nasabah untuk mengunjungi Bank BJB bahkan untuk mengajukan kredit mikro Bank BJB.
- d. Mempertahankan keanekaragaman jenis produk sehingga akan memperluas ketertarikan nasabah terhadap produk kredit mikro dan akan meningkatkan rasa keingin tahuan terhadap produk Bank BJB.
- e. Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan model dengan baik, menambah variabel yang lain dan mengidentifikasi variabel-variabel yang belum signifikan, dengan memperluas jumlah sampel dan lokasi penelitian, jadi peneliti bisa lebih mengetahui apakah nasabah telah puas atau belum pada produk Bank BJB.