

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil menganalisa data kuesioner, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisis yang didapat dalam penelitian ini bahwa variabel kualitas pelayanan, variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap variabel citra perusahaan. Hasil dari determinasi (R^2) sebesar 0.321 atau 32.1%. Angka ini menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap citra perusahaan sebesar 32.1%. Sedangkan sisanya 67.9% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Dari analisis regresi diatas, dapat dideskripsikan bahwa koefisien dari kedua variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap citra perusahaan. Selain itu dijelaskan juga variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap citra perusahaan sebesar 32.1%.
2. Dari hasil penelitian, didapat bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap citra perusahaan. Seperti yang ditunjukkan pada tabel 4.13 nilai t hitung untuk variabel X1 adalah 7.215 dan nilai probabilitas sebesar 0,000. Karena nilai probabilitas sebesar 0,000 kurang dari 0,05, maka

artinya ada pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan. Dari tabel 4.14, R^2 (R square) sebesar 0.224 atau 22.4%. Angka ini menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap citra perusahaan sebesar 22.4%. Sedangkan sisanya 77.6% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Dari analisis regresi diatas, didapat bahwa koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara kualitas pelayanan dengan citra perusahaan.

3. Dari hasil penelitian, didapat bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap citra perusahaan. Seperti ditunjukkan pada tabel 4.15 nilai t hitung untuk variabel X2 adalah 6.361 dan nilai probabilitas sebesar 0,000. Karena nilai probabilitas sebesar 0,000 kurang dari 0,05, maka artinya ada pengaruh variabel kepuasan pelanggan terhadap citra perusahaan. Dari tabel 4.16, R^2 (R square) sebesar 0.184 atau 18.4%. Angka ini menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap citra perusahaan sebesar 18.4%. sedangkan sisanya 81.6% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam metode penelitian ini.

Dari analisis regresi diatas, didapat bahwa koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara kepuasan pelanggan dengan citra perusahaan. Selain itu dijelaskan juga variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap citra perusahaan sebesar 18.4%.

5.2 Saran

Atas dasar hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka peneliti mencoba memberikan saran yang mungkin, adapun saran operasional untuk bisnis jasa perbankan khususnya BNI KCP Cileungsi Bogor adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kemampuan khususnya *frontliner* dalam hal kualitas dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya melalui *training* (pelatihan) dan konsisten dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya sehingga nasabah merasa puas serta mempunyai nilai yang baik perusahaan dimata nasabahnya
2. Meningkatkan kepedulian kepada nasabah bila *frontliner* dimintai bantuan, misalnya waktu tutup transaksi sore hari satpam seharusnya masih berada di tempatnya tetapi sudah tidak ada ditakutkan ada nasabah yang ingin bertanya sedangkan satpam tidak ada ditempat. Akibatnya nasabah merasa kecewa, kondisi seperti ini perlu dihindari maka perlu himbauan dan kerjasama sesama *frontliner*
3. Meningkatkan cara kerja *frontliner*, dengan cara diadakannya *roll play* (simulasi pelayanan) bertujuan untuk melihat sejauh mana cara kerja masing-masing *frontliner* sehingga meminimalkan kesalahan saat berhadapan dengan nasabah
4. Memberikan informasi terbaru kepada nasabah, maksudnya bila ada transaksi bermasalah segera menghubungi nasabah bersangkutan sehingga tidak menimbulkan komplain

5. Menjaga kebersihan kantor, karena BNI KCP Cileungsi berada dilingkungan industri yang berdebu perlu rutinitas dalam membersihkannya
6. *Frontliner* menerima pendapat nasabah, maksudnya *frontliner* menyimpan aspirasi nasabah bila pendapat nasabah memberikan masukan positif perlu diterima dan diaplikasikan.

Saran untuk akademisi yaitu:

1. Sebelum memilih dimensi penelitian, sebaiknya peneliti berikutnya lebih memperhatikan dimensi yang akan dipergunakan contohnya variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan dimana dalam memilih ke dua variabel tersebut harus disesuaikan dengan jenis perusahaannya, baik itu jasa atau produk
2. Dalam menentukan objek penelitian, perhatikan kembali perusahaan apa yang akan diteliti karena kadang sulit untuk mendapatkan data perusahaan sehingga akan berpengaruh terhadap data perusahaan yang dibutuhkan dan menentukan populasi serta sampel.