

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh *word of mouth* dan *service quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer trust* yang didasarkan pada hasil survei yang dilakukan terhadap nasabah Bank OCBC NISP cabang Gunung Sahari, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Word of Mouth* (WOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Trust* (CT) pada nasabah Bank OCBC NISP cabang Gunung Sahari. Hasil ini menunjukkan bahwa *Word of Mouth* (WOM) dapat mempengaruhi *Customer Trust* (CT).
2. *Service Quality* (SQ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Trust* (CT) pada nasabah Bank OCBC NISP cabang Gunung Sahari. Hasil ini menunjukkan bahwa *Service Quality* (SQ) dapat mempengaruhi *Customer Trust* (CT).
3. *Customer Trust* (CT) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* (CL) pada nasabah Bank OCBC NISP cabang Gunung Sahari. Hasil ini menunjukkan bahwa *Customer Trust* (CT) dapat mempengaruhi *Customer Loyalty* (CL).

4. *Word of Mouth* (WOM) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Customer Loyalty* (CL) pada nasabah Bank OCBC NISP cabang Gunung Sahari. Hasil ini menunjukkan bahwa *Word of Mouth* (WOM) tidak berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* (CL).
5. *Service Quality* (SQ) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Customer Loyalty* (CL) pada nasabah Bank OCBC NISP cabang Gunung Sahari. Hasil ini menunjukkan bahwa *Service Quality* (SQ) berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* (CL) namun pengaruhnya tidak begitu kuat.
6. *Word of Mouth* (WOM) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Customer Loyalty* (CL) pada nasabah Bank OCBC NISP cabang Gunung Sahari melalui *Customer Trust* (CT). Hasil ini menunjukkan bahwa *Customer Trust* (CT) tidak mampu memediasi hubungan antara *Word of Mouth* (WOM) terhadap *Customer Loyalty* (CL).
7. *Service Quality* (SQ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* (CL) pada nasabah Bank OCBC NISP cabang Gunung Sahari melalui *Customer Trust* (CT). Hasil ini menunjukkan bahwa *Customer Trust* (CT) mampu memediasi hubungan antara *Service Quality* (SQ) terhadap *Customer Loyalty* (CL).

5.2 Saran dan Keterbatasan Penelitian

5.2.1 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Akademis

- a) Agar model teoritis dan empiris pengaruh *word of mouth* dan *service quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer trust* dapat ditingkatkan.
- b) Variabel yang mempengaruhi variabel *customer loyalty* dapat diperluas lagi, selain *word of mouth*, *service quality* dan *customer trust*.

2. Praktisi

- a) Bagi manajemen, loyalitas nasabah dapat dibangun dengan meningkatkan kualitas layanan di bank, baik meningkatkan sumber daya manusia, sarana dan fasilitas.
- b) Untuk meningkatkan loyalitas nasabah dapat dibangun dengan meningkatkan kepercayaan nasabah yang ada di bank dengan melakukan berbagai *event gathering* yang dapat mempererat hubungan antara nasabah dengan pihak bank.
- c) Meningkatkan kualitas pelayanan para pegawai baik di *banking hall* maupun pelayanan *service* secara *online* maupun *offline*.

- d) Pemasaran melalui iklan di media cetak dan media elektronik serta memperhatikan *review* dari nasabah yang beredar di internet untuk dapat menjaga serta meningkatkan kepercayaan nasabah.
- e) Membangun serta menjaga komunikasi yang baik terhadap nasabah dengan tujuan dapat meraih kepercayaan dari para nasabah tersebut.
- f) Peningkatan upaya memberikan produk yang berkualitas unggul secara terus-menerus kepada nasabah dengan tujuan memperoleh kepercayaan dan loyalitas nasabah.

5.2.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih jauh dari sempurna mengingat masih terdapat keterbatasan-keterbatasan, antara lain adalah:

1. Penentuan variabel dalam penelitian ini hampir sama dengan yang telah dilakukan oleh para peneliti terdahulu.
2. Data yang diperoleh peneliti hanya sebatas data dari hasil pengisian kuesioner, dimana bisa terjadi perbedaan persepsi dari pihak responden dalam memahami semua pernyataan instrumen yang disajikan.
3. Batasan objek penelitian hanya nasabah Bank OCBC NISP cabang Gunung Sahari.