

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan dimensi kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *empathy* (X5) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah (Y) di PT. Bank Mandiri Cabang Malang Soekarno Hatta. Terbukti dari hasil signifikansi uji F $(0,000) < 0,05$. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah :

$$Y' = 0,361 + 1,019 X1 + 0,005 X2 + 0,014 X3 + 0,041 X4 + 0,042 X5$$

Nilai koefisien determinasi, nilai *adjusted R square* menunjukkan besarnya pengaruh variasi kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan nasabah. Nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini sebesar 0,931 atau 93,1%. Ini membuktikan bahwa 93,1% variasi kepuasan nasabah dijelaskan dan dipengaruhi oleh variasi kualitas pelayanan. Sedangkan sebesar 6,9% sisanya dijelaskan oleh faktor lain diluar dari model penelitian ini yaitu kualitas produk.

2. Hasil penelitian menjelaskan, dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible* (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Hal ini terbukti dari hasil signifikansi uji $t < 0,05$. Sedangkan dimensi *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *empathy* (X5) tidak berpengaruh signifikan parsial. Hal ini dibuktikan hasil signifikansi t

reliability (X2) 0,840, *responsiveness* (X3) 0,515, *assurance* (X4) 0,092, dan *empathy* (X5) 0,131 berturut turut sebesar semuanya $> 0,05$.

3. *Tangible* (X1) adalah dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Mandiri Cabang Malang Soekarno Hatta. Hal ini ditunjukkan dengan adanya nilai beta terstandarisasi sebesar 0,972. Nilai beta ini yang paling besar di banding beta dari dimensi kualitas pelayanan lain.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan hasil penelitian, dikemukakan saran-saran bagi PT. Bank Mandiri Cabang Malang Soekarno Hatta sebagai berikut, manajemen atau pimpinan PT. Bank Mandiri Cabang Malang Soekarno Hatta dapat berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara:

1. Pihak manajemen diharapkan mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas standar pelayanan para staff untuk meningkatkan kepuasan nasabah.
2. Pihak manajemen PT. Bank Mandiri Cabang Malang Soekarno Hatta diharapkan mampu meningkatkan *product knowledge* dari tiap staff yang ada di kantor agar para staff dapat membantu dalam menangani masalah nasabah.
3. Pihak manajemen diharapkan dapat lebih menjaga dan meningkatkan fasilitas dan kelengkapan fisik kantor.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam membentuk Loyalitas Pelanggan. <http://journal.ui.ac.id/index.php/jbb/article/view/632>
- Gani, & Siti. (2015). *Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gunawan. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hardiyati, R. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan Argowisata Kebun Teh Pengilaran. Fakultas Ekonomi UNDIP.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Muh Yunus, B. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT.PLN(Persero) Rayon Makasar. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Administrasi Negara, Universitas Hassanudin, Makassar
- Panjaitan, & Efendi, J. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung. Universitas Telkom.
- Ramdan. (2019). Hubungan Kualitas Jasa dan Kepuasan Konsumen.
- Sasongko, F., & Subagio, H. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria. Jurnal Manajemen Pemasaran PETRA Vol.1, No.2, (2013) 1-7
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Taman, A. (2013). Analisis Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Mahasiswa pada Fakultas Ekonomi Universitas Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2013). *Strategi Pemasaran Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi.