

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap *customer engagement* BSI KCP Sungai Penuh, Jambi.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Sungai Penuh, Jambi.
3. Kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap *customer engagement* BSI KCP Sungai Penuh, Jambi.
4. Kepuasan nasabah mampu memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap *customer engagement* BSI KCP Sungai Penuh, Jambi.

5.2 Impikasi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman dan masukan bagi pihak manajemen BSI KCP Sungai Penuh, Jambi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *customer engagement* BSI KCP Sungai Penuh berada dalam kategori Tinggi. Meskipun demikian, masih perlu untuk ditingkatkan lagi menjadi kategori sangat Tinggi.

Upaya untuk meningkatkan *customer engagement* pada BSI KCP Sungai Penuh, Jambi. sebagaimana yang telah di jelaskan diatas dapat dilakukan dengan cara lebih ditingkatkan lagi kepuasan nasabah pada BSI KCP Sungai penuh. Hal

ini karena hasil penelitian ini secara empiris menunjukkan bahwa variabel kepuasan nasabah adalah variabel penting yang mempengaruhi *customer engagement* pada BSI KCP Sungai Penuh. Untuk meningkatkan kepuasan nasabah BSI KCP Sungai Penuh dapat dilakukan dengan cara meningkatkan item-item yang masih rendah dimana:

1. Pihak BSI KCP Sungai Penuh dalam memberikan layanan kepada nasabahnya harus lebih memperhatikan aspek harapan nasabah.
2. Pihak BSI KCP Sungai Penuh harus memperhatikan keseluruhan aspek-aspek kualitas pelayanan.

Hal yang harus diperhatikan oleh pihak BSI KCP Sungai Penuh dalam upaya meningkatkan *customer engagement* pada BSI KCP Sungai Penuh adalah memperhatikan atau meningkatkan kualitas pelayanan. Hal ini disebabkan karena hasil penelitian ini telah dibuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap *customer engagement* pada BSI KCP Sungai Penuh. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan bisa dilakukan dengan memperhatikan skor rata-rata item yang masih rendah, dimana:

1. Pihak BSI KCP Sungai penuh dalam operasinya lebih memuktahirkan peralatan-peralatan kerjanya
2. Pihak BSI KCP Sungai penuh hendaknya lebih memperhatikan lagi penampilan karyawanya agar selalu terlihat rapi dan sopan.
3. Pihak BSI KCP Sungai penuh diharapkan lebih bisa menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada BSI KCP Sungai Penuh.

5.3 Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka berikut ini dapat dikemukakan keterbatasan dan saran dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada BSI KCP Sungai penuh, Jambi. sehingga hasil penelitian ini belum dapat berlaku sama pada BSI KCP di daerah lainnya. Dengan demikian disarankan bagi penelitian yang akan datang dapat mengujikan model penelitian ini pada BSI KCP di daerah-daerah lainnya.
2. Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel yang mempengaruhi *customer engagement* yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, sehingga variabel-variabel lain yang berpotensi mempengaruhi *customer engagement* seperti kualitas produk dan kepercayaan merek masih terabaikan. Dengan demikian, bagi peneliti yang akan datang hendaknya menambahkan variabel-variabel lain tersebut kedalam model penelitiannya .
3. Penelitian ini hanya menggunakan sebanyak 100 orang responden. Dengan demikian, disarankan bagi peneliti yang akan datang agar menggunakan jumlah responden yang lebih banyak lagi.
4. Penelitian ini menggunakan pelajar/mahasiswa sebagai sampel pada penelitian, disarankan untuk penelitian berikutnya tidak menggunakan pelajar/mahasiswa sebagai sampel penelitian pada penelitian berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Rusydi (2018). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.
- Abror, A., Patrisia, D., Engriani, Y., Evanita, S., Yasri, Y., & Dastgir, S. (2020). *Service Quality, Religiosity, Customer Satisfaction, Customer Engagement And Islamic Bank's Customer Loyalty*. *Journal Of Islamic Marketing*, 11(6), 1691–1705. <https://doi.org/10.1108/Jima-03-2019-0044>
- Arikunto, A. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta.
- Asti Marlina, & Widhi Ariyo Bimo. (2018). Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank. *lmiah Inovator*.
- Ayu Made Marcellina Dewi Giri Putri, D., & Gst Kt Gd Suasana, I. A. (2017). *Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah*. 6(11), 6271–6297.
- Beckers, S. F. M. , Van D. J. , V. P. C. (2016). *Economic Outcomes Of Customer Engagement. Contemporary Theoretical Perspectives, And Future Challenges*.
- Brodie, Roderick J., Linda D. Hollebeek, & Jodie Conduit. (2016). *Customer Engagemen: Contemporary issues and challenges*. Routledge.
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Umkm Di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee). Dalam *Humaniora Dan Kebijakan Publik* (Vol. 5).
- Dhasan, D., & Aryupong, M. (2019). *Effects Of Product Quality, Service Quality And Price Fairness On Customer Engagement And Customer Loyalty*. Dalam *Abac Journal* (Vol. 39, Nomor 2).
- Erlan, R., Okki, M. A., & Fakultas, T. (2019). *Pengaruh Customer Engagement Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Study Kasus Pada Bank Bri Unit Belimbing Padang)* (Vol. 2, Nomor 2).
- Evans, Dave & Jake Mckee. (2010). *Praise For Social Media Marketing: The Next Generation Of Business Engagement*.
- Ghozali, Iman & Hengky Lathan. (2015). *Partial Least Aquares Konsep, , Teknik Dan Aplikasi Smart Pls 2.0*. Universitas Diponegoro.
- Gofur, Abdul (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Institut Ilmu Sosial & Manajemen Stiami*.

- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Rstedt, M. S. (2014). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling. *Long Range Planning*, 46(1–2), 184–185. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.002>
- Harrigan, P., Evers, U., Miles, M., & Daly, T. (2017). *Customer Engagement With Tourism Social Media Brands*. *Tourism Management*, 59, 597–609. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.09.015>
- Henseler J, Ringle C, & Sarstedt M. (2015). A new criterion for Assessing Discriminatory Validity in Variance-based Structural Equation Modeling. *Journal of the academy of marketing Intelligence & Planning*.
- Hollebeek, Linda D. & David E.Sprott. (2016). *Handbook Of Research On Customer Engagement*.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori Dan Praktik*. Pt. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi 12. Jilid 2*. Pt.Index.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi ke Tujuh*. Salemba Empat.
- Lopiyoadi, Rambat (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Lovelock, Christopher & Wirtz, Jochen (2011). *Pemasaran Jasa Persepektif (7 Ed.)*. Erlangga.
- Marketing Science Institute. (2010). *Understanding Customer Experience and Behaviour: Research Priorities 2010-2012*.
- Moliner, M. Á. , M.-T. D. , & E.-G. M. (2017). Konsekuensi Urutan Keterlibatan Pelanggan Dan Koneksi Merek Diri Pelanggan. *Jurnal Pemasaran Jasa*.
- Nur Indriantoro, & Bambang Supomo. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akutansi Dan Manajemen*. Andi Publisher.
- Palmatier, R. W., Kumar, V., & Harmeling, C. M. (2018). *Customer Engagement Marketing Edited By*.
- Pangkey, M. L., Massie, J. D., & Alfa Tumbuan, W. J. (2023). The Influence Of Service Quality On Customer Satisfaction At Pt. Bank Rakyat Indonesia Unit Authority Of Paal Dua Manado. *World Of Science: Journal On Modern Research Methodologies*, 228353072. <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Parasuraman, A., Leonard L. Berry, & Valarie A. Zeithaml. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. Simon & Schuster.
- Prentice, C., Wang, X., & Loureiro, S. M. C. (2019). The Influence Of Brand Experience And Service Quality On Customer Engagement. *Journal Of Retailing*

And Consumer Services, 50, 5059. <https://doi.org/10.1016/J.Jretconser.2019.04.020>

- Rachbini, W., Anggraeni, D., & Febrina, D. (2020). Effect Of Service Quality On Customer Loyalty Through Satisfaction, Perceived Value, And Customer Engagements (Study On Indonesian Ride-Hailing Online). *Advances In Social Sciences Research Journal*, 7(10), 300–310. <https://doi.org/10.14738/Assrj.710.9204>
- Romindo M Pasaribu, Juara Simanjuntak, Rusliaman Siahaan, & Vinsensius Matondang. (2023). Perception of Integration Channels and Customer Engagement In Loyalty With Satisfaction As Mediation (Pegadaian Wilayah 1 Medan). Dalam *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Nomor 2). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Sari, I. P., Giriati, G., Listiana, E., Rustam, M., & Saputra, P. (2023). The Impact Of Complaint Handling And Service Quality On Customer Satisfaction And Customer Loyalty In Customers Of Pontianak Branch Of Bank Kalbar Syariah. *East African Scholars Journal Of Economics, Business And Management*, 6(1), 17–28. <https://doi.org/10.36349/Easjebm.2023.V06i01.003>
- Sefnedi, Akmal, & Nelva Sasmita. (2020). The Mediating Effect Of Patient Satisfaction On The Relationship Between Service Quality, Hospital Image, Trust And Patient Loyalty: Evidence From Indonesia. *International Journal Of Research Science & Management*, 7(2). <https://doi.org/10.5281/zenodo.3695689>
- Sefnedi, S., & Alfarizi, A. (2022). Impact of E-service quality on E-customer loyalty: The Role of E-customer satisfaction as Mediator. *Asean International Journal of Business*, 1(2), 27–36. <https://doi.org/10.54099/aijb.v1i2.173>
- Sefnedi, S., & Utami, W. (2022). Hospital Service Quality and Behavioral Compliance: The Role of Patient Satisfaction as Mediator. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i6.10623>
- Sm, A., Lubis, A., Si, M., & Sabrina, H. (2020). *Pengaruh Loyalitas Dan Integritas Terhadap Kebijakan Pimpinan Di Pt. Quantum Training Centre Medan*.
- So, K. K. F., King, C., & Sparks, B. (2016). Customer Engagement With Tourism Brands: Scale Development And Validation. *Journal Of Hospitality And Tourism Research*, 38(3), 304–329. <https://doi.org/10.1177/1096348012451456>
- Sumber Kabar Kito (2022). Bank Syariah Indonesia KCP Sungai Penuh Resmi Buka Cabang di Sungai Penuh.
- Sunyoto, Danang (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, Dan Kasus)*. Caps.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabet.
- Tjiptono, Fandy (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip Dan Penerapan*. Andi.

- Tjiptono, Fandy & G. Chandra. (2016). *Service Quality Dan Satisfaction*. Andi.
- Van Doorn, J., Lemon, K. N., Mittal, V., Nass, S., Pick, D., Pirner, P., & Verhoef, P. C. (2010). Customer Engagement Behavior: Theoretical Foundations And Research Directions. *Journal Of Service Research*, 13(3), 253–266. <https://doi.org/10.1177/1094670510375599>
- Vivek, S. D., Beatty, S. E., & Morgan, R. M. (2014). Customer Engagement: Exploring Customer Relationships Beyond Purchase. *Journal Of Marketing Theory And Practice*, 20(2), 122–146. <https://doi.org/10.2753/Mtp1069-6679200201>
- Widiyana, & Suamanayasa. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Pada Lpd. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(2).
- Wirdayani Wahab. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru*.
- Yulia Aisyah Wulandari, Rini Kuswati, Nabila Ayu Wijayanti, Yusfina Sekar Qudsiyah, & Lola Khurul Aini. (2022). *The Effect of Altruistic on Green Purchase: Mediated role of Eco-Social Attitudes*.
- Yusuf, J. C., Prayogo, R., Program, F. A (2020). *Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Di Traveloka*. Jurnal Manajemen Bisnis & Ekonomi.
- Zaid, S., & Patwayati, P. (2021). Impact of Customer Experience and Customer Engagement on Satisfaction and Loyalty: A Case Study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 983–992. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0983>
- Zainur Rohman, I., Naufaldi, F.,(2022) Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang. Dalam *Jurnal Manajemen Dewantara* (Vol. 6, Nomor 1). <http://jurnal.ustjogja.ac.id>
- Zethaml V.A, Valarie Mary Jo Bitner, & Dwayne Gremler. (2018). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm*. Mc Graw Hill.
- Zhafira, T., Kinasih, D. D., & Hardilawati, W. L. (2023). Pengaruh Customer Engagement Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada EsL Express Cabang Soekarno Hatta Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1).
- Zhao, X., Lynch Jr, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny : Myths and Truths about Mediating Analysis. *Journal of Consumer Research*, 3(7), 197–206.
- Zulkarnain, R., Taufik, H., & David Ramdansyah, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon)*.