

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

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

1. Citra Bank tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BRI cabang kota Padang.
2. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada bank BRI cabang kota Padang.
3. Citra Bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada bank BRI cabang kota Padang.
4. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah pada bank BRI cabang kota Padang.
5. Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada bank BRI cabang kota Padang.
6. Kepuasan Nasabah tidak memediasi hubungan antara Citra Bank dengan Loyalitas Nasabah pada bank BRI cabang kota Padang.
7. Kepuasan Nasabah tidak memediasi hubungan antara Kualitas pelayanan dengan Loyalitas Nasabah pada bank BRI cabang kota Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditemukan implikasi penting yang berkaitan dengan loyalitas nasabah Bank BRI cabang padang. Maka implikasi penting dapat diajukan yang tentunya bisa memberikan manfaat ini diharapkan dapat menjadi pedoman dan masukan bagi:

1. Bank BRI cabang Padang diharapkan dapat mempertahankan dengan baik mengenai kepuasan nasabah sehingga nasabah tidak ragu lagi dengan kualitas pelayanan pada Bank BRI cabang Padang.
2. Diharapkan Bank BRI cabang Padang dapat mempertahankan dan mengembangkan dengan baik citra bank yang sudah cukup baik bagi nasabah sehingga menambah loyal dengan produk-produk yang ditawarkan Bank BRI cabang Padang.
3. Nasabah Bank BRI cabang padang diharapkan dapat mengembangkan kualitas pelayanan yang cukup baik menjadi lebih baik lagi, sehingga nasabah tidak ragu lagi dengan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh Bank BRI cabang Padang

5.3 Keterbatasan dan Saran

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

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada Bank BRI cabang Padang, sehingga hasil penelitian ini belum dapat berlaku sama pada Bank BRI di daerah lainnya.
2. Penelitian selanjutnya disarankan agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi dapat mempengaruhi loyalitas nasabah, seperti harga, promosi dan desain.
3. Penelitian ini hanya menggunakan sebanyak 100 nasabah responden. Dengan demikian, disarankan bagi peneliti yang akan datang agar menggunakan jumlah responden yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilla, I. W., & Amalia, S. (2019). Peran Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v5i1.1611>
- Choiriah, E. N., & Liana, L. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Sepeda Motor Honda di Kota Semarang). *Madic*, September, 236–244.
- Desfitriady, & Yuliana Sirait, S. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan BRI Simpedes di PT Bank Rakyat Indonesia (persero) TBK Kantor Cabang (Kanca) Cimahi. *Jurnal Indonesia Membangun*, 53(9), 1689–1699. <https://jurnal.inaba.ac.id/>
Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan BRI Simpedes di PT Bank Rakyat Indonesia (persero) TBK Kantor Cabang (Kanca) Cimahi. *Jurnal Indonesia Membangun*, 53(9), 1689–1699.
- Erawati, H. S. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen pada Bisnis E-Commerce. *INSPIRASI : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 17(2), 304–315.
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan / Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i1.5134>
- Febiola, V., & Fasa, M. I. (2023). *Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Produk Tabungan Easy Wadiah Pada PT . Bank Syariah Indonesia Tahun 2022 Pendahuluan*. 7083(2).
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Hutasoit, A. H., Ginting, S. O., & Eric, E. (2020). Kualitas Layanan, Promosi, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank BTPN Tbk Cabang Medan. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(4), 474–481. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v3i4.152>
- Kotler dan Keller (2016). (2016). *kualitas pelayanan*.
- Kusumawati, H., & Kusmargiani, I. S. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek, Bukti Fisik, Keandalan, Dan Jasa Portofolio Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpedes Pada PT Bank Rakyat Indonesia
Keunis, 8(2), 106. <https://doi.org/10.32497/keunis.v8i2.2111>
- Layanan, P. K., Bank, C., Terhadap, K., & Nasabah, K. (2022). *JURNAL FAIR VALUE*. 4(3), 1267–1287.

- Marketing, S., Perusahaan, C., Damanik, C. D., Affandi, I., Fadhilah, D., Studi, P., Syariah, P., & Medan, P. N. (2022). *BISMA Cendekia Cabang Pembantu Syariah Setia Budi Medan) Syariah Marketing , Ease and Company Image on Customer Satisfaction (Case Study at PT Pegadain Cabang Pembantu Syariah Setia Budi Medan)*.
- Masadah, Asngadi, & Triono Singgih, C. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Syariah Di Kabupaten Jombang Yang Dimediasi Variabel Kepuasan. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(2), 197–208. [https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(2\).5808](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(2).5808)
- Padma et al. (2010). (2020). The impact of service quality on customer trust Customer Loyalty at Bank Mandiri Veteran Branch in Denpasar, Bali. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(1), 706–733.
- Parasuraman, et all (1998). (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 57–68.
<https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>
- Pramana, I. G. Y., & Rastini, N. M. (2020). The impact of service quality on customer trust Customer Loyalty at Bank Mandiri Veteran Branch in Denpasar, Bali. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(1), 706–733.
- Pramesona, B. (2020). *Tata Kelola*. 7.
- Pramono, Y. T., Suddin, A., & Sriwidodo, U. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 13(2), 143–152.
- Prasetyo, D. E., Udayana, I. B. N., & Cahyani, P. D. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Nasabah BCA Syariah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 6(1), 55. <https://doi.org/10.30595/jhes.v6i1.16738>
- Putra, G. J., & Suarmanayasa, I. N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi pada PT. BPR Suryajaya Kubutambahan. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(3), 249–258. <https://doi.org/10.23887/bjm.v9i3.62146>
- Putri Apriyanti, Djasuro Surya, & Lutfi. (2017). Analisis Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Empirik Nasabah Tabungan Tandamata Bank BJB Cabang Serang). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, 1(2), 159–165. <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRBM>

- Sandjaya, H. C., Padmalia, M., & Alessandro, J. (2020). Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(3).
- Sandjaya, H. C., Padmalia, M., & Alessandro, J. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Performa*, 5(3), 262–271. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i3.1777>
- Septiana, N. M., Artiningsih, D. W., & Hairudinor, H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Pt Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Cabang Banjarmasin Samudera). *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 10(2), 24. <https://doi.org/10.20527/jbp.v10i2.10955>
- Satria, F., & Diah Astarini. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1911–1924. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16124>
- Sugistianto, P., & Ispriyahadi, H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Bengkel Body & Paint Pt Wahana Senjaya Jakarta. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(1), 92–106. <https://doi.org/10.37932/j.e.v11i1.203>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (19th ed.). Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (1st ed.). Alfabeta.
- Sholichin, E., Nasabah, L., & Kepuasan, D. (2024). *Pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan dan ikatan emosional terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening di koperasi bmt ugt nusantara*. 7.
- Tampubolon, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasanpelanggan Pada Pt. Matahari Departemen Store Tbk. Cabang Binjai. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 2(3), 55–72. <https://doi.org/10.47709/jumansi.v2i>
- TRIANDEWO, M. A., & YUSTINE, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pada Loyalitas Konsumen. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 22(1), 13–24. <https://doi.org/10.34208/jba.v22i1.7433.2120>

- Warsito, W. S. (2018). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Perkreditan Rakyat Karyajatnika Sadaya Cabang Dago Bandung. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 225–232.
- Widiaswara, T. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. (Studi pada Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan Club di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 6, 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Widyana, S. F., Kintani, N., Prodi, P., & Pemasaran, M. (2022). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan*. 12(September), 1–13.
- YUSTINE, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pada Loyalitas Konsumen. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 22(1), 13–24. <https://doi.org/10.34208/jba.v22i1.743>
- 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