

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

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

1. *Experiential marketing* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada nasabah tabungan BritAma Bank BRI Kota Padang
2. *Service quality* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* pada nasabah tabungan BritAma Bank BRI Kota Padang
3. *Customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* pada nasabah tabungan BritAma Bank BRI Kota Padang

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa implikasi yang akan dirasakan oleh beberapa pihak terkait yang bisa menjadi referensi terkait *experiential marketing*, *service quality*, *customer satisfaction* dan *customer loyalty* dengan cara memperhatikan item pernyataan yang memiliki skor rata-rata terendah sebagai berikut :

1. Bank BRI Kota Padang dapat meningkatkan program promosi agar nasabah tertarik dengan promosi tersebut.
2. Bank BRI Kota Padang tetap memberikan kesan yang menyenangkan bagi nasabah. Oleh karena itu Bank BRI Kota

Padang bisa melakukan evaluasi terkait untuk meningkatkan pengalaman nasabah.

3. Bank BRI Kota Padang memberikan tanggapan positif terhadap keluhan dan saran yang di terima nasabah.
4. Seluruh kantor dan unit kerja BRI di Kota Padang untuk lebih memperhatikan fasilitas dan pelayanan yang diberikan kepada nasabah.
5. Karyawan Bank BRI Kota Padang mampu meningkatkan rasa simpati ketika nasabah memiliki kendala atau masalah. Oleh karena itu, BRI bisa melakukan evaluasi secara mendalam melalui bagian personalia untuk meningkatkan kualitas pelayanan.
6. Bank BRI Kota Padang diharapkan mampu meningkatkan pelayanan dan melakukan pendekatan terhadap nasabah agar nasabah merasa puas, sehingga nasabah tidak beralih pada produk tabungan lain.
7. Bank BRI Kota Padang harus meningkatkan dan mempertahankan kepuasan nasabah agar nasabah senantiasa loyal terhadap produk tabungan Bank BRI Kota Padang

5.3 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya mengkaji variabel internal yaitu terkait bagaimana pengaruh *experiential marketing*, *service quality*, *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada nasabah

BritAma di Kota Padang. Variabel lain seperti faktor eksternal yang bisa saja memengaruhi *customer loyalty* tidak disertakan pada penelitian ini, seperti kualitas produk, kepercayaan dan lainnya.

2. Responden yang dijadikan pada objek penelitian adalah nasabah tabungan BritAma BRI di Kota Padang yang berjumlah sebanyak 80 responden dan masih termasuk skala kecil jika dibandingkan total nasabah tabungan BritAma di Kota Padang secara keseluruhan. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya melakukan studi lebih lanjut dengan sampel yang lebih besar.
3. Penelitian ini tidak menggunakan variabel mediasi atau moderasi untuk mengetahui apa saja yang mempengaruhi variabel *customer loyalty* sehingga diharapkan peneliti berikutnya menggunakan variabel mediasi.

5.4 Saran

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel lainnya dalam memengaruhi *customer loyalty* seperti *product quality*, *brand trust*, dan sebagainya.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan observasi ke berbagai unit kerja yang tersebar agar hasil penelitian yang diperoleh lebih maksimal.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan kriteria responden yang lebih rinci agar sesuai dengan yang diharapkan.

4. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi bagi perusahaan untuk selalu mengembangkan *service quality* berupa melakukan kontrol pelayanan maupun melakukan upaya atau alternatif lain agar nasabah menjadi loyal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajeng, Mariza. (2019). Pengaruh *Experiential Marketing* dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal JPTN*. Vol.7 (03). Hal.539-547. Surabaya.
- Angrumsari, Mely. (2019). Pengaruh Kepuasan dan Kualitas Pelayanan Call Center terhadap Loyalitas Nasabah Bank. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*. Vol 24(2) hal.104-203. Depok.
- Arikunto, A. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta.
- Candra, Handi. 2008. *Marketing untuk Orang Awam*. Palembang : Maxikom.
- Clarisa M.R. (2018). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas konsumen. *Jurnal EMBA*. Vol 6. No.4. Hal. 2988-2997.
- Cronin, J. Joseph Jr. dan Taylor, Steven. 1992. *Measuring Service Quality: Reexamination and Extension, Journal of Marketing*.56. pp. 55-68.
- Febiola, Vani. (2023). Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Produk Tabungan Easy Wadiah pada PT. Bank Syariah Indonesia. *Jurnal : Akuntansi, manajemen, Bisnis dan Teknologi (AMBITEK)*. Vol.3. Hlm.97-104.
- Fitria, Nur. (2022). “Variabel *Experiential Marketing* : Pengaruh Pada Loyalitas Nasabah Tabungan Negara (Persero) Tbk Kc. Semarang” dalam jurnal KEUNIS (Keuangan dan Bisnis)Vol. 10 (Hlm.88-99).
- Griffin, J. (1995). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. Jossey-Bass
- Griffin, J. (2002). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. Jossey-Bass.
- Griffin Jill, *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. (Jakarta: Erlangga, 2005), h. 31
- Griffin, Jill. (2009). *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga : Jakarta.
- Hair, J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th ed.)*. New Jersey : Pearson Education
- Hansemark, O.C., & Albinsson, M. (2004). *Customer satisfaction and retention: The experiences of individual employees. Managing*

Service Quality, 14(1), 40-57.

- Hengki.F, & Ramayani Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Mandiri KCP Jamika Bandung, *Ekonomis : Journal of Economics and Business*, 5(2), Hlm. 401-406.
- Inggit. P. S., & Zahara. Z. Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol.7. Hlm. 58-66. Palu
- Jeany & Mauli. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada BPR Artha Prima Perkasa, *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Inovasi*. Vol.7. Hlm 330-341.
- Kartajaya, Hermawan. 2004. *Hermawan Kartajaya on Brand*. Bandung : Mizan Pustaka
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesebelas. Jakarta. PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management* (12 ed.). Upper Saddle River: Prentice Hall
- Kotler, Philip. dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. PT Indeks: Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management*. 14th Edition. Pearson Education.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, P. And Keller, K. L (2016). *Marketing management*. Pearson Education, Inc
- Kotler, P., & Keller. K. L. (2006). *Manajemen Pemasaran*. (J. Purba, Ed.) (12th ed.).
- Lepojevic, V., & Dukic, S. (2018). Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Suatu Kajian Teoritis). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 15(3), 245 – 256.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran jasa*. Edisi kedua, Jakarta: Salemba Empat.

- Mashuri. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 54-64.
- Muslim, Taufik, E. R., & Luthfi. (2020). Mempertahankan Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah (Studi Empirik Nasabah Tabungan Produk Tamasa BPR Serang). *SAINS: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 232-257.
- Najmudin. Moh., & Winarto.T. (2020). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Pelanggan Bank Syariah. *Efektif Jurnal Bissnis dan Ekonomi*. Vol.11. Yogyakarta.
- Newell, Frederick. (2000). *Loyalty.Com : Customer Relationship Management In The New Era of Internet Marketing*. Graw Hill.
- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63 (Special Issue), 33-44.
- Oliver, R.L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. McGraw-Hill.
- Pangeiko, J., & Romeo, A. (2022). The Impact of Quality Service on Customer Satisfaction in the Banking Sector amidst Covid-19 Pandemic: A Literature Review for the State of Current Knowledge. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 8(3), 31-38.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Rajasulochana, D., Murthy, D. S., & R, S. (2022). E-Banking And Customers' Satisfaction In Public And Private Sector Banks In Karnataka: An Empirical Analysis. *Journal of Positive School Psychology*, 6(8), 8270-8279.
- Ratna, D.F, & Yayuk. (2018). “Analisis Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada PT.BRI Syariah Cabang Malang” dalam jurnal : *Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan*.
- Singh, D., Fida, B. A., Ahmed, U., & Al-Balush, Y. (2020). Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman. *SAGE Open*, 1-10.
- Schmitt, Brend H. (1999). *Experiential Marketing: How to get Customer to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands*. New York : The Free Press.
- Schmitt, B. H. (1999). *Experiential Marketing*. *Journal of Marketing Management*, 15(1-3), 53-67.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV AFABETA.
- Sutriyati, (2020). “Analisis Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Nasabah : Studi pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Kota Blitar”
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Penerbit Andi Edisi Kedua: Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama, Yogyakarta, Penerbit Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy dan Candra, Gregorius. (2011). *Service, Quality, & Satisfaction*. Edisi Ketiga. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Triyanti, D., Kaban, R. F., & Iqbal, M. (2021). Peran Layanan Mobile Banking dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 181-192.
- Yulianingsih & Sugiharto. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera. *Economics Learning Experience & Social Thinking Education Journal*. Vol 2.
- Zeitham, Valarie A. dan Mary Jo Bitner. (2008) *Service Marketing*. New York : The McGraw Hill Companies, Inc.
- Zeithaml, V.A., & Bitner, M.J. (2003). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. 3rd Edition. McGraw-Hill.
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., & Gremler, D.D. (2006). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. 4th Edition. McGraw-Hill.
- Zulkarnain, R., Taufik, H., & Ramdanyah, A. D. (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).