

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Selesainya pembahasan skripsi yang berjudul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Ksp Sejahtera Bersama Di Sooko Mojokerto**, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh simultan dengan menggunakan uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima yang berarti variabel bebas tersebut yaitu (X) secara simultan mempunyai pengaruh signifikan yaitu variabel kualitas pelayanan dan nilai nasabah secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah(Y).
2. Pengaruh parsial menggunakan uji t menunjukkan menunjukkan bahwa $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima yang berarti variabel bebas tersebut (X) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan yaitu variabel kualitas pelayanan dan nilai nasabah secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah(Y).
3. Variabel independen yang secara dominan memiliki hubungan paling erat terhadap variabel dependen (Kepuasan nasabah) adalah variabel **Kualitas Pelayanan**. Hal ini didasarkan dari nilai koefisien regresi yang paling besar nominalnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka diajukan beberapa saran:

1. Pihak Perusahaan

Pihak perusahaan perlu meningkatkan Nilai Nasabah (X_2), pengertian nilai nasabah (*customer value*) dapat diartikan bahwa pertukaran pembelian pelanggan antara apa yang mereka terima dan apa yang mereka korbankan. Apa yang menjadi harapan dan kebutuhan pelanggan merupakan unsur mendasar penciptaan nilai nasabah. Nilai nasabah merupakan sesuatu yang mendasar dirumuskan berdasarkan seluruh aktivitas pemasaran yang dilakukan perusahaan. Hal ini penting karena nilai nasabah merupakan sebuah penilaian atas perbandingan seluruh aktivitas pemasaran perusahaan dengan pesaing. Semakin tinggi derajat nilai nasabah maka semakin tinggi derajat motivasi pelanggan untuk membeli produk perusahaan. Pondasi dasar untuk membentuk sebuah nilai adalah pengukuran atas orientasi pasar.

2. Penelitian yang akan datang

- a. Diharapkan penelitian yang akan datang, sampel yang digunakan lebih banyak sehingga hasil analisis dari penelitian yang didapatkan akan lebih akurat.
- b. Melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang lain yang belum dilakukan penelitian oleh penulis. Contohnya variabel – variabel lain seperti variabel loyalitas yang mempengaruhi kepuasan nasabah, sehingga hasil penelitian akan semakin luas dan tidak terpacu oleh hasil penelitian sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Assegaff. 2010. *Pengertian Kualitas Pelayanan*. Bandung. Hal 173
- Barnes. Robbins. Peppers and Rogers 2013. *Komponen dan elemen penting kepercayaan*. Hal 48
- Bilal afsar, et, al. 2010. *Faktor Komitmen Untuk Meningkatkan Kepercayaan Konsumen*. Tangerang. Hal 66
- Bilal afsar, et, al. 2010. *Pengaruh Komitmen terhadap Kepercayaan Konsumen*. Tangerang. Hal 46
- Fandy Tjiptono. 2011. *Manajemen Jasa*, Andi Offset. Yogyakarta. Hal 59
- Ferdinand. 2013. *Statistika Penelitian populasi*. Hal 22
- Ghozali, Imam. 2014. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan kelima. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I., 2014, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang. Jilid 1
- Ghozali, 2014, *Model Persamaan Struktural Konsep Aplikasi*
- Hadi, 2014, *penyeledikan eksploratif Hipotesis*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- Husein Umar. 2013. *Teknik analisis data sampel (kuisisioner)*. Semarang. Hal 34
- Kottler dan keller, 2013, *Manajemen Pemasaran : Pengertian dasar, Pengertian, dan Masalah*, Toko Gunung Agung, Jakarta.
- Kotler dan Keller 2014, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Revisi Nilai Nasabah KSP Bumi Aksara. Jakarta Pusat.
- Lupiyoadi dan Hamdani, 2014, *Teori Kualitas Pelayanan*, Edisi Sepuluh, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Indriantoro & Supomo. 2012. *Cara pengumpulan data*. Jakarta. Hal 88
- Indriantoro & Supomo. 2012. *Sumber data dalam penelitian*. Jakarta. Hal 89 & 24
- Jonathan Sarwono. 2010, diakses 4 Mei 2012. *Teori korelasi antar variabel*. Jakarta. Edisi ke – lima
- Jonathan Sarwono. 2007. *Kriteria kekuatan hubungan antar dua variabel*. Jakarta. Hal 22
- Kasmir. 2014. *Pemasaran Bank*. Edisi Pertama. Prenada Media. Jakarta.
- Kotler, Philip. Alih Bahasa : Benyamin Molan. 2013. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas*. Jilid 1. PT. Intan Sejati Klaten. Jakarta.
- Kotler, Philip. Alih Bahasa : Benyamin Molan. 2013. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas*. Jilid 2. PT. Intan Sejati Klaten. Jakarta.
- Kotler, Philip, 2013, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Edisi Kedelapan, Jilid I, Fakultas Ekonomi UI, Jakarta
- Kotler, Philip, 2013, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Jilid I, PT Prehalindo, Jakarta

- Kotler Philip, dan Kevin Lane Keller, 2013, *Kepuasan Kinerja Karyawan*, terjemahan Hendra Teguh, edisiketigabelas, jilid satu dan dua, Penerbit : Prenhalindo. Jakarta. Hal 177
- Kotler. 2013. *Kepuasan Nasabah berdasarkan Pelayanan*. Jakarta. Hal 67
- Kotler Philip, dan Kevin Lane Keller, 2011, *Manajemen Pemasaran*, terjemahan. Hal 8.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2010. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta. Hal 175
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta. Hal 93
- Ma'ruf, 2014, Riset Manajemen Pemasaran Dalam Organisasi, Edisi Revisi, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rangkuti, 2015, Evaluasi Nilai Nasabah Di Lihat dari aspek Manajemen Pemasaran , PT. Refi ka Aditama, Bandung.
- Perwodaminta. 2011. *Pengertian hipotesis*. Surakarta. Hal 9
- Schiffman dan Kanuk. 2010. *Manajemen Pemasaran Produk dan Jasa terhadap Kepuasan Konsumen*. Medan. Hal 27
- Septi, Mayang, 2016, judul Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsume, Vol. 6, No. 2
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Sugiyono. 2013. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: ALFABETA.
- Tjiptono. 2015. *Desain Dan Tata Letak Fasilitas Jasa Erat Dengan Pembentukan Persepsi Langganan*. Yogyakarta. Hal 143
- Tjiptono. 2015. *Fasilitas dalam Meningkatkan Kepuasan Pelayanan*. Edisi Keempat. Yogyakarta. Hal 70
- Tjiptono. 2015. *Fasilitas dalam Meningkatkan Kepuasan Pelayanan*. Edisi Keempat. Yogyakarta. Hal 99
- Tjiptono. 2015. *Model kepuasan pelanggan*. Edisi Keempat. Yogyakarta. Hal 94
- Umar , Djarwanto, 2014, Model Penentuan Dan Penentuan Konsep Teknik Sampel.
- Wiwit widyah, 2014, Pengaruh kualitas pelayanan dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Indonesia cabang Cirebon. Jurnal Statistika Manajemen Vol. 2, No. 5
- Yunus, 2015, Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen. Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 3, No. 34

LAMPIRAN