

BAB IV

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasar pada pembahasan yang sudah dikemukakan pada bab sebelumnya mengenai Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap *Repurchase Intention* Melalui Kepuasan (Studi pada Nasabah BPR Catur Artha Jaya di Kudus) bisa ditarik sejumlah simpulan, sebagai berikut:

1. Pada variabel kepercayaan, item kepercayaan akan tanggung jawab karyawan memiliki nilai rata-rata paling tinggi. Sedangkan kepercayaan dalam bertransaksi memiliki nilai di bawah rata-rata karena kelalaian karyawan salah dalam menginput nominal ke komputer.
2. Pada variabel kualitas pelayanan, item kesiapan karyawan memenuhi permintaan nasabah memiliki nilai rata-rata paling tinggi. Sedangkan item kenyamanan ruang tunggu, kemudahan berparkir, kemampuan melayani dengan tepat, kesiapan karyawan dalam membantu nasabah dan kesigapan karyawan dalam membantu nasabah memiliki nilai di bawah rata-rata karena tempat ruang tunggu BPR Catur Artha Jaya kekurangan kursi tunggu, tempat parkir yang tidak luas untuk dapat mencakup kendaraan roda dua maupun kendaraan roda empat, responden merasa tidak dilayani dengan tepat dan karyawan tidak siap ketika nasabah memenuhi keinginan nasabah, dan karyawan tidak sungguh-sungguh dalam membantu.

3. Pada variabel kepuasan, item kemampuan memenuhi kebutuhan nasabah dengan produk yang diberikan memiliki nilai rata-rata paling tinggi. Sedangkan item kesesuaian harapan nasabah untuk bertransaksi memiliki nilai di bawah rata-rata karena terdapat beberapa kasus cetakan dibuku tabungan nasabah tidak terlalu jelas dan susah untuk dibaca.
4. Pada variabel *repurchase intention* item minat untuk bertransaksi menabung kembali memiliki nilai di atas rata-rata. Sedangkan item bertransaksi pada BPR Catur Artha Jaya merupakan pilihan terbaik memiliki nilai di bawah rata-rata karena terdapat beberapa responden merasa lokasi BPR Catur Artha Jaya jauh dengan lokasi tempat tinggal mereka.
5. Variabel kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada variable kepuasan. Artinya makin baik penilaian responden atas kepercayaan maka akan meningkatkan kepuasan. Sebaliknya jika semakin buruk penilaian responden atas kepercayaan maka kepuasan nasabah BPR Catur Artha Jaya semakin buruk. Selain itu, kepercayaan memberi pengaruh yang cukup kuat pada kepuasan dan memiliki nilai koefisien determinasi sebesar 53,5%.
6. Variabel mutu layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada kepuasan. Artinya makin baik penilaian responden atas mutu layanan maka makin meningkat pula kepuasan. Sebaliknya jika semakin buruk penilaian responden atas kualitas pelayanan maka kepuasan nasabah BPR Catur Artha Jaya semakin buruk. Selain itu mutu layanan memberi

pengaruh yang cukup kuat pada kepuasan dan memiliki nilai koefisien determinasi sebesar 25,7%.

7. Variabel kepuasan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada *repurchase intention*. Hal tersebut berarti makin baik penilaian responden atas kepuasan maka akan meningkatkan *repurchase intention*. Sebaliknya jika semakin buruk penilaian responden atas kepuasan maka *repurchase intention* nasabah BPR Catur Artha Jaya semakin buruk. Selain itu, kepuasan memberi pengaruh yang cukup kuat pada *repurchase intention* dan memiliki nilai koefisien determinasi sebesar 19,7%.
8. Variabel kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada *repurchase intention*. Artinya makin baik penilaian responden atas kepercayaan maka akan meningkatkan *repurchase intention*. Sebaliknya jika semakin buruk penilaian responden atas kepercayaan maka *repurchase intention* nasabah BPR Catur Artha Jaya semakin buruk. Selain itu, kepercayaan memberi pengaruh yang cukup kuat pada *repurchase intention* dan memiliki nilai koefisien determinasi sebesar 44,6%.
9. Variabel mutu layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada *repurchase intention*. Artinya makin baik penilaian responden atas kualitas pelayanan maka akan meningkatkan *repurchase intention*. Sebaliknya jika semakin buruk penilaian responden atas kualitas pelayanan maka *repurchase intention* nasabah BPR Catur Artha Jaya semakin buruk. Selain itu, mutu layanan memberi pengaruh yang cukup

kuat pada *repurchase intention* dan memiliki nilai koefisien determinasi sebesar 29,9%.

1.2 Saran

Berdasar pada temuan kajian, bisa diajukan beberapa saran yang bisa bermanfaat dan berguna sebagai bahan pertimbangan BPR Catur Artha Jaya di waktu mendatang, yaitu:

1. Berkaitan dengan variabel kepercayaan, penilaian terhadap kepercayaan dalam bertransaksi masih di bawah nilai rata-rata; sehingga peneliti dapat menyarankan:
 - a. Meningkatkan kinerja karyawan dalam menginput nominal ke komputer dengan melakukan input nominal lebih teliti dan tidak tergesa-gesa.
 - b. Meningkatkan performa karyawan dalam tanggung jawab atas nasabah BPR Catur Artha Jaya.
2. Berkorelasi dengan variabel kualitas pelayanan, penilaian terhadap kenyamanan ruang tunggu, kemudahan berparkir, kemampuan melayani dengan tepat, kesiapan karyawan dalam membantu nasabah dan kesigapan karyawan dalam membantu nasabah masih di bawah nilai rata-rata; sehingga peneliti dapat menyarankan:
 - a. Menyediakan fasilitas tempat duduk yang cukup untuk menampung nasabah yang datang untuk melakukan transaksi.
 - b. Menyediakan tempat parkir yang lebih luas lagi khusus untuk nasabah BPR Catur Artha Jaya terutama pengguna kendaraan beroda empat.

- c. BPR Catur Artha Jaya harus dapat mengendalikan dan meningkatkan layanan yang diberikan, menyiapkan karyawan untuk dapat membantu nasabah yang kesulitan.
 - d. Meningkatkan kinerja karyawan dalam kecepatan merespon, kemampuan menyelesaikan permasalahan nasabah hingga etika saat melayani nasabah.
3. Berkaitan dengan variabel kepuasan, penilaian terhadap kesesuaian harapan nasabah untuk bertransaksi masih di bawah rata-rata; sehingga peneliti dapat menyarankan:
- a. Meningkatkan kinerja karyawan dalam kecepatan merespon, kemampuan menyelesaikan permasalahan nasabah hingga etika saat melayani nasabah.
 - b. Mengganti mesin atau fasilitas yang menunjang keberlangsungan transaksi dengan yang lebih baik agar mengurangi permasalahan yang berkaitan dengan transaksi. Contohnya: mengganti *printer* untuk dapat mencetak buku tabungan lebih jelas.
4. Berkaitan dengan variable *repurchase intention*, penilaian terhadap bertransaksi pada BPR Catur Artha Jaya merupakan pilihan terbaik masih di bawah rata-rata; sehingga peneliti dapat menyarankan:
- a. Permasalahan yang dihadapi responden adalah lokasi BPR Catur Artha Jaya yang jauh dengan lokasi tempat tinggal responden. Maka, BPR Catur Artha Jaya dapat membuka cabang kantor kas di beberapa daerah lain yang belum terjamah BPR Catur Artha Jaya.

