

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dijelaskan pada bab sebelumnya, diperoleh simpulan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kepercayaan nasabah secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk jasa perbankan PT Bank Permata Tbk Kota Batam, sehingga hipotesis yang menyatakan diduga variabel kepercayaan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk jasa perbankan PT Bank Permata Tbk Kota Batam ditolak.
2. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk jasa perbankan PT Bank Permata Tbk Kota Batam, sehingga hipotesis yang menyatakan diduga variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk jasa perbankan PT Bank Permata Tbk Kota Batam dapat diterima.
3. Kepercayaan nasabah dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk jasa perbankan PT Bank Permata Tbk Kota Batam, sehingga hipotesis yang menyatakan diduga variabel kepercayaan nasabah dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk jasa perbankan PT Bank Permata Tbk Kota Batam dapat diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas nasabah Bank Permata setuju bahwa dimensi-

dimensi kepercayaan nasabah seperti integritas, kompetensi, konsistensi, kesetiaan dan keterbukaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk jasa perbankan. Begitu juga dengan variabel kualitas pelayanan, mayoritas nasabah Bank Permata setuju bahwa dimensi pembentuk kualitas pelayanan seperti bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*realibility*), daya tangkap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk jasa perbankan PT Bank Permata Tbk Kota Batam.

4. Variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan pembelian produk jasa perbankan PT Bank Permata Tbk Kota Batam.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan di atas, disampaikan saran-saran yang dapat digunakan sebagai bahan masukan yang bermanfaat bagi berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian ini:

1. Kepercayaan nasabah terhadap Bank Permata yang rendah harus ditingkatkan dengan cara memberikan perhatian yang tulus, transparan, konsisten, menerima kritikan sebagai dasar untuk memperbaiki, peduli kepada nasabah dan tentunya harus mampu menjaga reputasi bank.
2. Bank Permata harus mampu mempertahankan kualitas pelayanan yang ditawarkan sebelumnya dan alangkah baiknya jika mampu mengembangkan keunggulan-keunggulan produk jasa perbankan. Jika terdapat kualitas

pelayanan yang dianggap masih kurang harus segera ditindaklanjuti dengan cara mengadakan pelatihan dan pembaruan *Standard Operating Procedur (SOP)* agar kemampuan pegawai Bank Permata lebih baik lagi tanpa harus mengurangi ketelitian.

3. Dari hasil uji serentak variabel kepercayaan nasabah dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian. Sebaiknya Bank Permata mengembangkan kedua faktor tersebut secara bersama-sama, maka tingkat penjualan akan lebih baik dalam arti menghimpun dana (*funding*) dan menyalurkan dana, sehingga pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan perusahaan dan minat beli produk jasa Bank Permata.
4. Dalam penelitian ini, hasil analisis determinasi menyatakan variabel kepercayaan nasabah dan kualitas pelayanan hanya menyumbang 21,1% faktor penentu keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 78,9% dipengaruhi oleh variabel lain sebagai faktor yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini seperti harga, promosi dan lain sebagainya dapat dijadikan sebagai variabel penelitian selanjutnya.