

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji pada penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah, maka secara keseluruhan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa secara persial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Etika terhadap variabel Kepuasan Nasabah sebesar 16,16 %. Analisis dan olah data menunjukkan bahwa indikator pada variabel etika yang memiliki nilai rata-rata terbesar terdapat pada indikator menunjukan rasa hormat kepada nasabah, dan nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator nasabah diberikan kebebasan mengambil keputusan.
2. Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa secara persial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Pelayanan Prima terhadap variabel Kepuasan Nasabah sebesar 57,37%. Analisis dan olah data menunjukan bahwa indikator pada variabel pelayanan prima yang memiliki nilai rata-rata terbesar terdapat pada indikator berpenampilan menarik, dan nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator menerima kritik atau masukan dari nasabah.
3. Variabel Etika dan Pelayanan prima secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah sebesar 73,5% dan sisanya 26,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian terkait etika dan pelayanan prima yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, penulis mempunyai beberapa saran kepada pihak-pihak terkait yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian, indikator yang memperoleh nilai terendah pada variabel etika pada *Customer Service* adalah “nasabah diberikan kebebasan mengambil keputusan”. Maka hal ini dapat diperbaiki dengan beberapa hal, salah satunya adalah bank memastikan staf atau *Customer Service* memberikan informasi produk atau layanan secara lengkap, dan transparan serta termasuk resiko dan keuntungan agar nasabah bisa memutuskan sendiri tanpa adanya tekanan atau paksaan.
2. Berdasarkan hasil penelitian, indikator yang memperoleh nilai terendah pada variabel pelayanan prima pada *Customer Service* adalah “menerima kritik atau masukan dari nasabah”. Maka hal ini dapat diperbaiki dengan beberapa hal, salah satunya adalah bank menjadikan proses penerimaan kritik atau masukan sebagai target utama perbaikan dengan membangun sistem umpan balik yang lebih cepat tanggap, mudah diakses, dan responsif, misalnya bank menyediakan kotak digital atau kanal chatbot pada situs web resmi atau aplikasi *mobile banking* untuk berinteraksi dengan nasabah secara otomatis khusus untuk menampung keluhan atau saran yang mudah diakses kapan saja dan dimana saja. Serta memberikan pelatihan khusus kepada staf atau *Customer Service* cara mendengarkan secara aktif dan menindaklanjuti keluhan secara efektif misalnya staf atau *Customer Service* dilatih untuk tidak memotong pembicaraan nasabah dan mengulang atau merumuskan kembali keluhan nasabah untuk memastikan pemahaman yang akurat dan menunjukkan empati, selain itu mereka dilatih untuk menindaklanjuti keluhan sesuai prosedur yang jelas dan terukur seperti memberikan estimasi waktu penyelesaian yang realistis dan melakukan *follow up* kepada nasabah setelah masalah terselesaikan.

3. Berdasarkan hasil penelitian, indikator yang memperoleh nilai terendah pada variabel kepuasan nasabah adalah “memberikan harga produk yang terjangkau”. Maka hal ini dapat diperbaiki dengan beberapa hal, salah satunya adalah perbankan melakukan tinjauan ulang strategi harga secara berkala untuk memastikan harga produk atau layanan tetap kompetitif dan dianggap wajar oleh nasabah sesuai nilai yang mereka terima, dan meningkatkan komunikasi mengenai keunggulan produk dan layanan yang ditawarkan guna meningkatkan tingkat kepuasan nasabah.
4. Karena pada penelitian ini terdapat 26,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti, hendaknya bagi peneliti selanjutnya untuk memperhatikan faktor-faktor lain tersebut untuk dijadikan dasar penelitian berikutnya dengan menambahkan teori yang relevan pada keadaan mendatang.