

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Setelah melakukan penelitian melalui pengumpulan data dan analisis dengan menggunakan alat uji statistik *multiple linear regression* melalui program SPSS versi 15.0 untuk model pengukuran penelitian, berikut ini hasil yang dapat disimpulkan :

1. Variabel *Service Recovery* dengan enam dimensi yaitu *communication, empowerment, feedback, atonement, explanation, tangibles* berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (pengguna kartu kredit). Hal ini terbukti dari hasil uji statistik variabel *service recovery* dengan nilai signifikansi 0.000 yang berada di bawah 0.050. Hasil olah data juga menunjukkan bahwa variabel *service recovery* mempunyai pengaruh sebesar 30,4% terhadap kepuasan nasabah.
2. Dari keenam dimensi dalam variabel *service recovery* yaitu *communication, empowerment, feedback, atonement, explanation, tangibles*, hanya dimensi *Tangibles* yang memiliki pengaruh sangat kuat terhadap kepuasan nasabah karena dimensi tersebut memiliki nilai signifikansi 0.000 lebih kecil dari 0.050. Sedangkan dimensi yang lain tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

B. Saran

Bank Niaga sebagai Bank yang terkenal dengan kualitas pelayanannya harus terus menjaga dan mempertahankannya terutama dalam bisnis Kartu Kredit. Ketika terjadi keluhan yang disampaikan oleh nasabah kartu kredit maka *Service Recovery* harus segera dilakukan agar nasabah kembali percaya terhadap Bank. Penanganan keluhan harus lebih ditingkatkan guna memberikan kepuasan terhadap nasabah. Melihat hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat disampaikan adalah :

1. Dimensi *Tangibles* yang merupakan dimensi yang paling berpengaruh dari variabel *service recovery* terhadap kepuasan pelanggan (nasabah) harus diperhatikan dan ditingkatkan oleh Bank Niaga. Ruangan yang nyaman, meminimalisir antrian, alat – alat pendukung yang baik dan jarang *offline*, penampilan *customer service* yang menarik dan perilaku yang profesional merupakan nilai lebih di mata para nasabah.
2. Dimensi – dimensi lain (*communication, empowerment, feedback, atonement* dan *explanation*) juga harus diperhatikan agar dapat mempengaruhi sikap nasabah sehingga mereka puas. Penanganan *customer service* terhadap keluhan yang dialami oleh nasabah sudah baik namun harus terus dilatih dan dibiasakan sehingga *service* itu muncul dari ketulusan melayani nasabah.

Mengingat dalam penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan dan keterbatasan, maka untuk penelitian selanjutnya penulis memberikan saran yaitu :

1. Penelitian dilakukan dengan jumlah sampel yang lebih besar dan dengan waktu yang berlangsung lebih lama
2. Penelitian dilakukan terhadap nasabah yang menyampaikan keluhannya dengan langsung datang ke perwakilan (Rep.Desk) *Card Center* Bank Niaga yang berlokasi di Cabang Bank Niaga Sudirman Jakarta maupun terhadap nasabah yang *complaint* via telepon (*call center*).
3. Pengukuran lebih mendalam terhadap rasa puas yang dialami nasabah setelah mendapatkan *recovery*.