

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

V.1. Simpulan

Sesuai dengan tujuan penulisan penelitian yaitu ingin melihat bagaimana pengaruh antara Persepsi Keadilan dalam Pemulihan Jasa terhadap tingkat kepuasan, dan melihat bagaimana pengaruh tingkat kepuasan terhadap perilaku *trust*, *word of mouth* dan *customer loyalty* (Studi pada: Nasabah BNI Cabang Utama UI Depok), maka peneliti berusaha untuk membuat beberapa kesimpulan berdasarkan hasil analisis data yang sudah dilakukan pada bab sebelumnya. Beberapa kesimpulan tersebut antara lain:

1. Ada pengaruh antara Persepsi Keadilan dalam Pemulihan Jasa terhadap kepuasan nasabah. Pengaruh tersebut bersifat positif serta kekuatan hubungan yang ada kuat.
2. Ada pengaruh antara kepuasan nasabah setelah *service recovery* dengan perilaku *Trust*. Pengaruh tersebut bersifat positif serta kekuatan hubungan yang ada kuat.
3. Ada pengaruh antara kepuasan nasabah setelah *service recovery* dengan perilaku *Word of Mouth*. Pengaruh tersebut bersifat positif serta kekuatan hubungan yang ada kuat.
4. Ada pengaruh antara kepuasan nasabah setelah *service recovery* dengan perilaku *Customer Loyalty*. Pengaruh tersebut bersifat positif serta hubungan yang ada kuat.

V.2. Rekomendasi

1. Hendaknya BNI Cabang Utama UI Depok tetap mempertahankan interaksi yang baik dengan nasabah ketika keluhan ditangani, keadilan interaksional memiliki pengaruh signifikan bagi terbentuknya kepuasan nasabah. Selain itu, membenahi prosedur penanganan keluhan nasabah yang berpihak kepada nasabah (*customer oriented*), memudahkan

nasabah, serta waktu penyelesaian keluhan yang dijanjikan kepada nasabah cepat dan jelas jangka waktunya, interaksi *Customer service Officer* pun tidak sekedar bersikap ramah dan sopan, namun juga memiliki empati yang tinggi kepada nasabah, sehingga nasabah pun merasa nyaman, akhirnya hasil penanganan keluhan pun dipersepsikan adil dan memuaskan oleh nasabah. Kepuasan nasabah penting untuk menciptakan kepercayaan, rekomendasi mengenai BNI yang positif dan loyalitas pelanggan terhadap BNI.

2. BNI Cabang Utama UI Depok yang menjalin kerja sama dengan Universitas Indonesia dalam hal pembayaran Biaya Operasional, hendaknya berkoordinasi dengan baik, agar permasalahan rutin seperti nasabah (mahasiswa) yang merasa dioper kesana-kemari saat masalah auto debet terjadi, persyaratan surat keterangan hilang dari Gedung Biru atau Kepolisian saat hilang ATM atau KTM yang berbeda antara BNI dan UI. Hal-hal semacam itu seharusnya dapat ditanggulangi dengan baik melalui koordinasi, agar ke depan tidak terjadi hal yang sama.
3. BNI Cabang Utama UI Depok memiliki strategi memasarkan produk yang cukup bagus dengan menjalin kerja sama dengan beberapa perguruan tinggi negeri termasuk UI. Hendaknya didukung dengan kinerja pelayanan yang memudahkan, cepat, dan jelas terutama kepada mahasiswa yang memiliki mobilitas tinggi, serba ingin mudah dan cepat. BNI sebaiknya memandang mahasiswa sebagai target pasar jangka panjang, bukan hanya 4 tahun saja. Hal ini disebabkan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, sebagian besar akan pindah ke Bank lain setelah lulus dari UI, terkecuali meneruskan S2 UI. Hal ini menunjukkan strategi pemasaran BNI yang menjalin kerja sama dengan perguruan tinggi dengan target pasar mahasiswa hanya bersifat jangka pendek, bukan menjalin *relationship* jangka panjang yang dapat memberikan *profitability* bagi BNI
4. Mengoptimalkan fungsi *SMS Banking*. BNI telah memiliki data nasabahnya yang berasal dari pendaftaran *SMS Banking*, hendaknya *sms Banking* tidak hanya digunakan untuk mengecek saldo, namun juga

sebagai media promosi BNI terhadap produk-produk BNI. Selain itu, bisa pula digunakan sebagai media konfirmasi kepada nasabah yang complain. Selama ini, seringkali ketidakjelasan waktu penyelesaian keluhan terutama dalam hal pembuatan KTM atau ATM, melalui pembuatan divisi SMS *Banking Center* selain memberikan informasi saldo, transfer pun dioptimalkan untuk memberikan konfirmasi keluhan nasabah.

