

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1.Simpulan

Dari temuan analisis data serta pembahasan penelitian ini, dilakukanlah pengujian hipotesis terkait dampak citra merek, kepercayaan merek, dan kualitas layanan pada variabel loyalitas merek nasabah tabungan BNI Taplus. Variabel pertama yaitu citra merek, menunjukkan pengaruh yang signifikan pada variabel loyalitas merek nasabah tabungan BNI Taplus. Artinya, semakin baik citra merek di masyarakat maka semakin besar pula loyalitas merek nasabah tabungan BNI Taplus. Temuan ini mendukung hipotesis pertama dari penelitian ini yang mana citra merek memiliki pengaruh yang signifikan pada variabel loyalitas merek nasabah tabungan BNI Taplus.

Kemudian, kepercayaan merek memiliki pengaruh signifikan pada variabel loyalitas merek nasabah tabungan BNI Taplus. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan akan merek akan semakin besar pula tingkat loyalitas nasabah tabungan BNI Taplus. Temuan ini mendukung hipotesis kedua penelitian yaitu kepercayaan merek memiliki pengaruh pada variabel loyalitas merek pada nasabah tabungan BNI Taplus.

Dan yang terakhir yaitu kualitas layanan tidak memiliki pengaruh pada variabel loyalitas merek nasabah tabungan BNI Taplus, artinya semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan tidak memberikan pengaruh pada variabel pertumbuhan loyalitas merek nasabah tabungan BNI Taplus. Temuan penelitian ini membantah hipotesis ketiga yaitu kualitas layanan tidak memiliki pengaruh pada variabel loyalitas merek konsumen tabungan BNI Taplus.

5.2.Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah mengikuti langkah-langkah yang ada, akan tetapi dalam pelaksanaannya masih terdapat keterbatasan yakni:

- a) Penelitian ini hanya menguji pengaruh loyalitas merek dengan tiga variabel yaitu variabel Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Layanan. Namun, ada faktor lain yang mungkin berdampak pada Loyalitas Merek seperti reputasi, kepuasan pelanggan dan lain-lain.
- b) Penelitian hanya menggunakan data hasil kuesioner saja. Yang mana memiliki beberapa kelemahan seperti jawaban responden tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya, lalu jawaban yang diberikan tidak konsisten karena responden kurang teliti, lalu responden tidak dapat memberikan jawaban lebih lanjut karena hanya terbatas dengan pernyataan yang ada saja.
- c) Keterbatasan literatur dari peneliti menyebabkan
- d) penelitian ini mempunyai beberapa kekurangan dari segi hasil temuan penelitian serta dalam pembuatan analisis.

5.3.Saran

Dari pembahasan serta kesimpulan yang telah dituliskan, peneliti dapat memberikan rekomendasi saran yang berkaitan loyalitas nasabah tabungan BNI Taplus:

- a) Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini, peneliti memberikan saran kepada BNI mengenai produk tabungannya yaitu BNI Taplus agar dapat dijadikan bahan pertimbangan serta evaluasi terkait loyalitas merek.

- a. Dalam penelitian, variabel citra merek memiliki pengaruh tertinggi jika dibandingkan dengan variabel kepercayaan merek dan kualitas layanan. Sehingga diharapkan BNI dapat terus mempertahankan citra merek yang telah terbangun sejak lama ini, agar loyalitas nasabah BNI Taplus tidak menurun. Hal ini berarti bahwa BNI perlu menghindarkan diri dari berita-berita negatif seperti data nasabah yang tersebar, petinggi perusahaan melakukan korupsi atau penggelapan dana dan lain sebagainya. Dengan adanya berita negatif tentu saja menurunkan rasa percaya serta loyalitas nasabah pada bank BNI sebagai lembaga yang menghimpun dana mereka,

- b. Lalu, hasil penelitian ini mendapatkan variabel kepercayaan merek memiliki pengaruh yang lebih rendah dari citra merek dalam menumbuhkan loyalitas nasabah BNI Taplus. BNI perlu meningkatkan lagi rasa kepercayaan di benak konsumen agar timbul loyalitas merek yang semakin tinggi lagi. Hal ini dapat dilakukan dengan lebih meningkatkan keamanan suatu merek, selalu mengedepankan kejujuran, mengutamakan keterbukaan saat memberikan layanan dan lain-lain.
- c. Dan yang terakhir yaitu hasil dari penelitian ini terlihat bahwa variabel kualitas layanan tidak memiliki pengaruh loyalitas merek nasabah BNI Taplus. Sehingga BNI perlu melakukan peningkatan kualitas layanan yang diberikan ke nasabah dengan indikator seperti dari sisi keandalan, daya tanggap, Jaminan, Empati dan fasilitas-fasilitas yang terlihat oleh nasabah. Selain itu, perlu adanya perbaikan dari kualitas layanan yang diberikan secara *online*. Hal ini meliputi aplikasi M-banking yang kerap kali mengalami *error* yang imbasnya pada terhambatnya aktivitas transaksi dari nasabah.

b) Bagi Peneliti Selanjutnya

Saran yang diberikan peneliti untuk penelitian diakan datang untuk memasukkan faktor tambahan selain variabel yang dipilih oleh peneliti pada penelitian ini. Tujuannya untuk melihat variabel-variabel mana saja yang memiliki pengaruh akan loyalitas sebuah merek dan menjadikan penelitian ini lebih beragam dalam penelitian selanjutnya serta dapat menyempurnakan hasil penelitian ini.