

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian pada Hipotesis 1, diketahui bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap Komitmen dan memiliki hubungan yang signifikan positif. Ini membuktikan bahwa Hipotesis 1 diterima, yang artinya kepercayaan nasabah pada bank BPR membuat nasabah tersebut mempunyai komitmen pada layanan yang dimiliki oleh BPR tersebut. Hasil pengujian ini konsisten dengan penelitian dari Jan *et al.*, (2013) dan Luarn dan Lin (2013) dan Khisada dan Wahab (2013).

Berdasarkan hasil pengujian pada Hipotesis 2, diketahui bahwa variabel Kepercayaan dan Kedekatan Nasabah memiliki hubungan yang signifikan. Hal ini membuktikan bahwa Hipotesis 2 diterima. Dengan adanya kepercayaan yang baik terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh BPR maka hal ini akan mendorong nasabah untuk semakin dekat pada BPR tersebut. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian dari Leninkumar, (2017) dan Balaji *et al.*, (2016) Habryn *et al.*, (2016) dan Waal dan Heijden (2016).

Berdasarkan hasil pengujian pada Hipotesis 3, diketahui bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BPR. Sehingga disimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara kepercayaan dan loyalitas nasabah. Ini membuktikan Hipotesis 3 dapat diterima, karena kepercayaan nasabah terhadap BPR berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hasil pengujian ini konsisten dengan penelitian dari Pi dan Huang (2011), Jan *et al.*, (2013) dan Luarn dan Lin (2013).

Berdasarkan hasil pengujian pada Hipotesis 4, diketahui bahwa variabel komitmen berpengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah. Hal ini membuktikan bahwa Hipotesis 4 dapat diterima. Karena komitmen dari nasabah terhadap layanan BPR tersebut akan meningkatkan loyalitas dan selalu menggunakan layanan BPR. Hasil pengujian ini konsisten dengan penelitian dari Tabrani *et al.*, (2018).

Berdasarkan hasil pengujian pada Hipotesis 5, diketahui bahwa variabel kedekatan nasabah tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kedekatan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada bank BPR. Ini menunjukkan bahwa Hipotesis 5 ditolak karena tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya (Khisada & Wahab, 2013).

Berdasarkan hasil pengujian pada Hipotesis 6, diketahui bahwa variabel variabel kepercayaan nasabah tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan komitmen sebagai variabel moderasinya. Ini membuktikan bahwa Hipotesis 6 ditolak karena dengan adanya komitmen nasabah terhadap BPR tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada BPR tersebut. Hasil pengujian ini konsisten dengan penelitian dari Omarini (2011) dan Waal dan Heijden (2016)

Berdasarkan hasil pengujian pada Hipotesis 7, diketahui bahwa variabel variabel kepercayaan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan kedekatan sebagai variabel moderasinya. Ini membuktikan bahwa Hipotesis 7 dapat diterima. Karena dengan adanya kepercayaan nasabah maka akan menimbulkan kedekatan secara emosional dengan BPR dan hal ini akan meningkatkan loyalitas nasabah pada BPR tersebut. Hasil pengujian ini konsisten dengan penelitian dari Omarini (2011) dan Waal dan Heijden (2016)

5.2**Keterbatasan**

Dalam penelitian ini juga terdapat keterbatasan yaitu:

1. Jumlah responden yang terbatas hanya pada 390 responden nasabah BPR di Batam saja, sehingga hasil dari penelitian ini belum mencerminkan pengaruh antar variabel independen terhadap loyalitas nasabah secara umum di Indonesia hasil yang berbeda bisa saja didapatkan bila penelitian selanjutnya dilakukan pada responden dan lokasi penelitian yang berbeda.
2. Variabel yang diteliti masih terbatas pada empat variabel independen saja, dan masih ada banyak variabel lain yang tidak diteliti. Saran penulis untuk penelitian selanjutnya agar menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat pembelian seperti kualitas pelayanan (Ali *et. al.*, 2014), kepuasan nasabah (Akhter *et al.*, 2010), dan juga nilai keuntungan dari suatu barang atau jasa (Luarn dan Lin 2013).
3. Nilai koefisien determinasi variabel kedekatan nasabah dan loyalitas nasabah yang masih rendah yaitu masing-masing 0,055 dan 0,169. Hal ini bisa ditingkatkan dengan menambahkan variabel independen lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini agar nilainya ikut meningkat.

5.3**Rekomendasi**

Dari hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka penulis dapat memberikan rekomendasi sebagai berikut;

1. Bagi pihak manajemen Bank Perkreditan Rakyat (BPR):
 - Agar dapat lebih meningkatkan kepercayaan nasabah yang dalam penelitian ini berpengaruh terhadap komitmen dari nasabah terhadap penggunaan layanan perbankan dari BPR dalam urusan yang berkaitan dengan finansial.

- Bank Perkreditan Rakyat (BPR) harus bisa selalu mendekatkan diri pada nasabahnya agar nasabah selalu merasa diperhatikan dan menumbuhkan loyalitas dalam menggunakan layanan perbankan dari BPR dan mampu menarik nasabah baru yang lebih banyak karena biasanya nasabah yang loyal akan merekomendasikan pada teman dan keluarganya yang mempunyai kebutuhan dibidang keuangan dan perbankan.