

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dan analisis yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan karakteristik responden, mayoritas nasabah adalah pria dengan usia 36 – 45 tahun, dengan tingkat pendidikan lulus SMU dan berprofesi sebagai wiraswasta.
2. Secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo sudah dapat meningkatkan kepuasan konsumen, hal ini terlihat pada tabel 4.14 bahwa kinerja dari BRI tersebut melebihi harapan setiap nasabah sehingga dapat dikatakan bahwa hasil kinerja BRI sudah sesuai keinginan nasabah.
3. Dimensi pelayanan yang memberikan kontribusi terbesar bagi peningkatan kepuasan PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo adalah dimensi tangible, yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan sebelumnya, maka ada beberapa saran yang perlu diperhatikan berikut ini:

1. Manajemen PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo hendaknya melaksanakan strategi peningkatan kinerja bank yang meliputi berbagai upaya seperti melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan pelanggan secara

berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan menyangkut kemampuan komunikasi kepada pihak manajemen dan karyawan, melakukan sistem penilaian prestasi berkala pada tiap karyawan, dan juga meningkatkan motivasi kerja karyawan melalui pemberian penghargaan maupun pemberian bonus dan peningkatan penghasialan.

2. Sebaiknya pihak PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo selalu melakukan monitoring kepuasan pelanggan dengan memberikan polling kepada nasabah sebagai wadah untuk mengetahui saran dan keluhan nasabah PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo yang nantinya dapat digunakan untuk melakukan peningkatan kualitas pelayanan jasa.
3. PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo harus berkonsentrasi untuk meningkatkan kinerja departemen jasa pada elemen-elemen yang terdapat pada kuadran I dalam diagram kartesius karena pada kuadran ini tertera dimensi jasa yang dianggap sangat penting oleh nasabah tetapi kurang mendapatkan perhatian dari PT BRI yang menyebabkan nasabah kurang puas / kecewa, padahal dimensi tersebut adalah dimensi yang menempati kontribusi terbesar bagi peningkatan kepuasan nasabah yaitu dimensi tangible. Untuk itu maka pihak PT BRI harus mengambil tindakan dengan strategi prioritas utama.