

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji Smart PLS pada penelitian ini dapat diketahui bahwa :

1. Hasil pada hipotesis pertama tidak diterima, dimana variabel *customer relationship management* terhadap kepuasan nasabah memiliki pengaruh yang tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa *Customer relationship management* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan hasil nilai T statistik 0.301 dan P Value 0.763. Hal ini menunjukkan bahwa semakin renggang hubungan nasabah dengan bank dalam artian bank tidak menerapkan CRM dengan baik, maka tingkat kepuasan nasabah juga akan menurun. Penerapan CRM yang baik dapat dilakukan dengan merespon dengan cepat mengenai apa yang dibutuhkan dan apa yang menjadi kendala yang sedang dialami oleh nasabah.
2. Hasil dari hipotesis kedua yakni kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai T statistik 0,689 dan P-Value 0,000 kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan dari *mobile banking*, maka akan semakin tinggi juga nilai kepuasan yang diberikan oleh nasabah. kualitas layanan *mobile banking* yang cepat, aman dan mudah dapat meningkatkan kepuasan bagi para penggunanya.
3. Hasil dari hipotesis ketiga yakni *customer relationship management* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat karyawan pabrik terkait produk pembiayaan konsumtif. Hal ini dilihat dari hasil nilai T statistik 0,599 dan P-Value 0,549 lebih besar dari 0,05 artinya berpengaruh tidak signifikan. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hubungan antara bank dengan nasabah yang baik belum tentu dapat meningkatkan minat untuk mengambil produk pembiayaan konsumtif. Perlu dilakukan strategi yang unik dan mampu menarik minat karyawan pabrik.
4. Hasil dari untuk hipotesis keempat yakni kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh secara signifikan terhadap minat karyawan pabrik terkait produk pembiayaan konsumtif. Hal ini dapat diketahui dari hasil nilai T statistik 3,65 dan P-Value 0,000 kurang dari 0,05 berarti dikatakan signifikan. Jika kualitas dari m-banking terus ditingkatkan, fitur-fitur baru bermunculan, maka akan

menarik minat karyawan pabrik untuk menggunakan m-banking dan mengambil produk pembiayaan tersebut.

5. Hasil dari hipotesis kelima yakni minat karyawan pabrik terkait produk pembiayaan konsumtif berpengaruh pada kepuasan nasabah dengan nilai T statistik 7,297 dan P-Value 0,000 kurang dari 0,05 berarti dikatakan signifikan. Dapat disimpulkan bahwa jika para karyawan pabrik tertarik untuk mengambil produk pembiayaan konsumtif karena melihat banyak keuntungan yang di dapat dari nasabah yang lebih dulu menggunakan produk tersebut, maka hal itu akan meningkatkan kepuasan nasabah.
6. Hasil dari hipotesis keenam pengaruh *customer relationship management* secara tidak langsung mempengaruhi minat karyawan pabrik terkait produk pembiayaan konsumtif melalui kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil T statistic 0,590 dan P Value 0,552 dapat disimpulkan hipotesis keenam ini “tidak diterima” dimana variabel *customer relationship management* tidak berpengaruh dalam memediasi pengaruh minat karyawan pabrik terkait produk pembiayaan konsumtif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat disimpulkan bahwa bank belum bisa menjalin komunikasi yang baik kepada nasabah sehingga tidak mempengaruhi minat karyawan pabrik untuk mengambil produk pembiayaan konsumtif.
7. Hasil dari hipotesis ketujuh kualitas layanan *mobile banking* secara tidak langsung berpengaruh pada minat karyawan pabrik terkait produk pembiayaan konsumtif melalui kepuasan nasabah. Dari hasil T statistic 5.326 dan P Value 0,000 dapat diketahui bahwa kualitas layanan *mobile banking* “berperan” dalam memediasi pengaruh minat karyawan pabrik terkait produk pembiayaan konsumtif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat disimpulkan bahwa *m-banking* dapat meningkatkan minat karyawan pabrik pada produk pembiayaan dikarenakan kemudahan dalam bertransaksi lewat m-banking sehingga memunculkan minat mereka untuk mengambil produk pembiayaan tersebut.

B. Keterbatasan

Penelitian ini memiliki variabel intervening yang belum banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya, yakni minat karyawan pabrik terkait produk pembiayaan konsumtif . Selain itu keterbatasan wilayah

yang dipilih hanya pada area Jepara begitupun responden yang diambil hanya sebanyak 100 orang.

C. Saran

1. Berikut saran yang ditujukan untuk bank antara lain :
 - a. Bank perlu meningkatkan kualitas CRM dengan menciptakan nilai yang tinggi dengan salah satu caranya adalah komunikasi yang terjalin baik antara bank dan nasabah.
 - b. Bank harus mempertahankan kualitas dari *mobile banking* agar kepuasan nasabah tetap terjaga dan meningkat dengan kemudahan bertransaksi dengan cepat, merespon keluhan dengan cepat, menciptakan nilai praktis dalam pemakaian aplikasi.
 - c. Bank harus meningkatkan kualitas SDM dengan meningkatkan kemampuan, ketrampilan dan sikap yang baik. Sikap yang sopan dengan tutur kata yang halus pada setiap nasabah menjadi patokan penilaian dari pandangan nasabah. maka dari itu bank perlu meningkat SDM nya dengan pelatihan ataupun kegiatan lain yang dapat menambah minat nasabah ataupun orang lain untuk mengambil produk pembiayaan konsumtif.
 - d. Bank tetap harus menjaga kualitas *mobile banking* nya dengan meningkatkan kemudahan, kecepatan dalam bertransaksi dan keamanan data diri nasabah agar menarik minat siapapun untuk menjadi nasabah dan mengambil produk dari bank tersebut.
 - e. Minat muncul dari dorongan atas keuntungan yang di dapat. Dengan begitu setelah muncul minat, akan tercipta loyalitas dari seseorang. Dalam hal ini bank harus tetap mempertahankan keunggulan dari produk pembiayaan karena setelah para karyawan pabrik memutuskan untuk mengambil produk tersebut, maka mereka akan merekomendasikan produk tersebut pada orang lain atau tidak tergantung dari keuntungan yang nantinya akan di dapat. Maka dari itu bank harus mempertahankan kualitas produk pembiayaannya dengan memberikan informasi yang lengkap mengenai apa saja manfaat yang ada pada produk tersebut.

- f. Pihak bank perlu menambah wawasan kepada SDM yang berada di dalamnya agar dapat mengetahui nantinya apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan dari nasabahnya.
 - g. Bank perlu meningkatkan lagi kualitas dari *mobile banking* agar dapat menciptakan nilai yang tinggi atas kepuasan yang diberikan oleh nasabah.
2. Saran yang ditujukan untuk peneliti selanjutnya bahwasanya penelitian ini dapat menjadi sumber dan panduan untuk memperluas gagasan yang ditemukan. Selain itu peneliti selanjutnya dapat menambah variabel-variabel lain yang belum dibahas pada penelitian ini agar mendapat hasil wawasan yang baru.

