

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN MASALAH DAN SARAN

A. Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan tentang *analisis relationship marketing*, kepuasan konsumen, komitmen konsumen, dan loyalitas konsumen pada Bank Mandiri Yogyakarta yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan SPSS 16.0 sebagai alat analisis untuk menguji enam hipotesis dan penyebaran kuisioner dengan sejumlah item pertanyaan sebagai metode pengumpulan data yang disebar pada 85 responden, dapat disimpulkan berdasarkan tujuan awal peneliti yaitu:

1. *Relationship Marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Bank Mandiri Yogyakarta.
2. Kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap komitmen konsumen di Bank Mandiri Yogyakarta.
3. *Relationship Marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen konsumen di Bank Mandiri Yogyakarta.
4. Komitmen konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Bank Mandiri Yogyakarta.
5. Kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Bank Mandiri Yogyakarta.
6. *Relationship Marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Bank Mandiri Yogyakarta.

7. *Relationship marketing* mempunyai pengaruh langsung terhadap komitmen konsumen melalui variabel mediasi kepuasan konsumen.
8. Kepuasan konsumen mempunyai pengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen melalui variabel mediasi komitmen konsumen.
9. *Relationship marketing* mempunyai pengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen melalui variabel mediasi kepuasan konsumen dan komitmen konsumen.

B. Keterbatasan Masalah

Keterbatasan-keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan di Bank Mandiri Yogyakarta, maka sebaiknya untuk penelitian selanjutnya agar dapat meneliti di Bank Mandiri di kota lain yang berada di daerah Jawa Tengah.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Bank Mandiri Yogyakarta harus mampu mempertahankan dan meningkatkan penerapan *relationship marketing* baik dengan kepercayaan yang saling dijaga. Komitmen yang dibuat, komunikasi yang dijalin, dan dalam menghadapi masalah untuk memberi kepuasan terhadap para nasabahnya.
2. Bank Mandiri Yogyakarta harus lebih dalam dan serius dalam menjalin hubungan dengan para nasabahnya agar *relationship* yang dijalin semakin erat dan bertahan lama.
3. Bagi penelitian selanjutnya yang berminat diharapkan dapat meneliti dengan variabel-variabel lain diluar variabel yang telah diteliti untuk memperoleh hasil yang lebih variatif dan mengetahui variabel lain yang mungkin dihasilkan dari pengaruh *relationship*

marketing, kepuasan nasabah, komitmen nasabah serta loyalitas nasabah. Serta untuk penelitian selanjutnya gunakan metode komprehensif yaitu SEM.