

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analitis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab IV, maka dapat dirumuskan kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel peran *customer service* sebagai *public relation* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. Variabel peran *customer service* sebagai *telemarketer* memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap pencapaian target pemasaran dalam hal menghimpun dana nasabah.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, maka dapat dirumuskan beberapa saran sebagai berikut :

1. Pihak Manajemen BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta hendaknya dapat mempertahankan konsistensi dalam hal pemberian layanan terhadap nasabah yang telah diterapkan oleh *customer service* ketika berperan sebagai *public relation* (pemberi layanan). Sehingga mampu mempertahankan penilaian yang baik oleh nasabah. Penilaian yang baik oleh nasabah dapat digunakan sebagai alat ukur citra BPRS Madina Mandiri Sejahtera selaku lembaga pemberi jasa, dengan citra yang baik BPRS mampu dikenal secara luas dan imbasnya akan mendatangkan nasabah potensial.

2. Pihak Manajemen BPRS Madina Mandiri Sejahtera hendaknya mempertimbangkan atas pemberian keputusan-keputusan terkait tugas yang harus dilakukan oleh *customer service*. Dikarenakan berdasarkan hasil penelitian diatas bahwa pelaksanaan peran ganda yang dilakukan oleh *customer service* sebagai telemarketer tidak berpengaruh secara determinan terhadap peningkatan target pemasaran dalam menghimpun dana nasabah seperti yang diharapkan. Dapat disimpulkan bahwa karena pengaruhnya yang kecil terhadap pencapaian target pemasaran, peran ganda *customer service* hanya akan menyebabkan terpecahnya konsentrasi tujuan utama yakni pemberian layanan prima terhadap nasabah. Sehingga terlihat tidak begitu efisien dan efektif dilakukan berbarengan dengan peran utama *customer service*. Mungkin dengan solusi dan kebijakan lain, peran Ganda tersebut mampu dilakukan dengan pengoptimalan maksimal dan bantuan lain seperti asisten *telemarketing*. Selain itu hendaknya rekomendasi target untuk *customer service* harus jelas beserta bonus yang ditetapkan ketika mendapatkan suatu pencapaian target, sehingga peran *customer service* dapat optimal dilaksanakan.

A. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

1. Dalam pengumpulan data penelitian hanya dilakukan dengan kuesioner dan dokumentasi serta tidak menggunakan teknik wawancara secara terstruktur, sehingga tidak bisa diketahui jawaban pribadi atau masing-masing responden secara terbuka.
2. Nasabah yang dijadikan sampel hanya dibatasi 70 responden, sehingga untuk penelitian selanjutnya hendaknya lebih diperbanyak agar dapat meningkatkan keakuratan hasil penelitian.
3. Keterbatasan dalam pengumpulan data sekunder dikarenakan sistem data yang tidak memungkinkan menunjukkan data yang diminta, sehingga data yang didapat hanya terbatas seperti yang peneliti lampirkan. Serta kerahasiaan dan privasi dari suatu perbankan yang menyebabkan tidak maksimal untuk mendapatkan data yang diperlukan.