

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bahwa variabel *service quality*, *complaint handling* dan *switching barriers* berpengaruh terhadap *customer value*. Responden dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 75 orang yang termasuk nasabah BPRS Lantabur Tebuireng KC. Mojokerto. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan terhadap persoalan dengan menggunakan metode regresi berganda, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel *service quality* berpengaruh tetapi tidak secara signifikan terhadap variabel *customer value* pada BPRS Lantabur Tebuireng KC. Mojokerto. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai sig. $0,039 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 0,745 < t_{tabel} 1,993$.
2. Variabel *complaint handling* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *customer value* pada BPRS Lantabur Tebuireng KC. Mojokerto. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} 4,742 > t_{tabel} 1,993$ dan nilai koefisien regresi $0,000 < 0,05$.
3. Variable *switching barriers* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *customer value* pada BPRS Lantabur Tebuireng KC. Mojokerto. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} 3,269 > t_{tabel} 1,993$ dan nilai koefisien regresi sebesar $0,02 < 0,05$.

4. Variabel *service quality*, *complaint handling* dan *switching barriers* berpengaruh secara simulta terhadap variabel *customer value* pada BPRS Lantabur Tebuireng KC. Mojokerto. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai $F_{hitung} 21,557 > F_{tabel} 2,732$.

B. Saran

Hasil menyatakan bahwa *service quality*, *complaint handling* dan *switching barriers* berpengaruh secara simultan terhadap *customer value*, dengan demikian penulis memberikan beberapa saran untuk pihak yang terkait yaitu :

1. Untuk BPRS Lantabur Tebuireng KC. Mojokerto hendaknya meningkatkan *complaint handling* dengan cara lebih memperhatikan apa yang terjadi dengan nasabahnya, sehingga akan membuat nasabah tidak akan melakukan komplain pada perusahaan.
2. Untuk peneliti selanjutnya, faktor yang mempengaruhi *service quality* dan *complaint handling* dalam penilaian nasabah lebih dalam lagi, sehingga peneliti selanjutnya bisa lebih luas pemahamannya.
3. Diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini cara mengkaji atau menambah variabel lain seperti kepuasan ataupun loyalitas yang bisa mempengaruhi nilai pelanggan.