

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah Reputasi merek berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BNI Cabang Gorontalo. Hasil penelitian melalui pengujian dengan uji t diperoleh nilai signifikan  $T_{value} (0.000) < \alpha (0.5)$  dan nilai uji  $T_{hitung} (8,391) > T_{tabel} (1,661)$  dengan koefisien determinasi sebesar 95% dengan demikian maka hipotesis penelitian teruji kebenarannya bahwa Reputasi Merek yang semakin baik akan mempertahankan Loyalitas Nasabah PT. BNI, Tbl Cabang Gorontalo. Hal ini berarti bahwa semakin baik reputasi Bank maka semakin loyal nasabah terhadap Banknya. Bank yang terus menjaga nama baiknya, menjaga reputasinya dibanding pesaing, dapat dikenal luas oleh pelanggan dan mudah diingat melalui berbagai tindakan-tindakan nyata seperti memberikan penghargaan kepada pelanggan yang loyal, meningkatkan kualitas dan asset bank, kemudahan bertransaksi, memberikan pelayanan prima, aman dalam bertransaksi, fasilitas yang lengkap, serta lokasi yang strategis sudah pasti dapat meningkatkan loyalitas nasabah.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka dapat dituliskan saran bagi pihak Bank BNI Cabang Gorontalo dapat mempertahankan reputasi

perusahaan karena para nasabah dapat merasakan dan selalu menjaga nama baik Bank agar nasabah menjadi loyal terhadap Bank BNI. Bagi penelitian selanjutnya, dapat mengembangkan konsep yang telah diangkat pada penelitian ini, dengan menambahkan referensi baik bagi perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker and Keller 2013. Consumer Evaluation of Brand Extension. *Jounar of Marketing* Vol. 54 ,No 2, pp 27-54
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Alfansal, Lizard and Adrian Sargeant. 2005. Market Segmentation in the Indonesian Banking Sector: the Relationship Between Demographic and Desired Customer Benefit, *International Journal of Bank Marketing*, Vol 18. No. 2.
- Andreassen, T.W. 2010. Satisfaction, Loyalty and Reputation as Indicator of Customer Orientation in the Public Sector, *International Journal of Public Sector Management*, Vol.7, No.2, pp 16-34.
- Bloomer, J Ruyter and Wetzel, M. 2009. The complex Relationship Between Consumer satisfaction and Brand Loyalty, Vol.8 ,No. 8 p.107
- Chen, Tser-Yieth. 2011. Critical Succes Factors For Various Strategies in The Banking Industry, *International Journal of Bank Marketing*, Vol.17, No.2. p. 83-91.
- Chow, Simeon dan Reed Holden. 2005. Toward An understanding Of Loyalty The Moderating Role of Trust, *Journal of Managerial Issues*, Vol.9, No.3.
- Day dan Wensley. 2004. Assessing Advantages: A Framework for Diagnosing Competitive Superiority, *Journal Marketing*, Vol. 52, No. 2.
- Dean J, Zean. 2014. Basic Statistic for Social Research Macmillan. *Publisher. Co. Inc. New York*, Vol. 22, No.14.
- Dick, A. S. and Basu, K. 2001. Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22 (2): pp. 99-113.
- Fajrianthi dan Zatul Farrah.2005. Strategi Perluasan Merek dan Loyalitas Konsumen, *INSAN* Vol. 7 No. 3, Hal. 276-288
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi 3, Undip, Semarang. Vol. 2, No. 166
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty*, Erlangga, Jakarta.

- Hair, JR, Joseph F, Rolp E. Andeson, Ropnald L. Tathan and William C. Black. 2000. *Multivariate Data Analysis with Reading*, Forth Ed, Prentice Hall Internatio, Inc.
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing. Media Utama, Customer Loyalty*, Yogyakarta. Vol. 2, No. 81, pp 56-98
- Herbig, Paul, John Milewicz and Jim Golden. 2001. A Model of Reputation Building and Destruction, *Journal of Business Research*, Vol. 31, No.1, pp. 23-31.
- Hermawan, Budi. 2011. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan, Reputasi Merek dan Loyalitas Konsumen Jamu Tolak Angin PT. Sido Muncul, *JurnalManajemenTeoridanTerapan*, Vol 4, No. 2, Hal. 9-17.
- Kotler, Philip. 2009. *Marketing Management: Analysis, Planning Implementation and Control*. The Millenium Edition. Prentice-Hall, inc. New Jersey.
- Lau, G. T. and Lee, S. H. 2011. Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty, *Journal of Market Focused Management*, 4: pp. 341-370.
- Laporan Tahunan (*annual report*) BNI Bank: [www.BNI.co.id](http://www.BNI.co.id)
- Mardalis, Ahmad. 2005. Meraih Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 9: Hal. 111-119.
- Market ShareBank Umum di Indonesia: <http://kinerjabank.com>
- Mowen, John C. dan Minor Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa: Dwi Kartini Yahya. Jilid kedua. Erlangga, Jakarta.
- Mowen and Keller, K.L. 2010. *Marketing management*.12th ed., Prentice Hall, New Jersey.
- Musry, Jacky. 2004. Era Baru Pengukuran Loyalitas dari Satisfaction Hingga Enthusiasm, *Info Bank*, No.309.309, Desember. Diakses: 27/03/2015
- Pitts, R. A. and D. Lei. 2003. *Strategic Management: Building and Sustaining Competitive Advantage*, Ohio: Thompson Learning.
- Rusdarti. 2004. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BPD Jawa Tengah Cabang Semarang, *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol. 13, pp 54-65.
- Riduwan, Rusyana, A., dan Enas. 2011. *Cara Mudah Belajar SPSS 17.0 dan Aplikasi Statistik Penelitian*. Alfabeta, Bandung.
- Santoso, Lukman A.B. 2009. Pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Simpeda Pada Bank Jatim Cabang Malang. *Skripsi Universitas Brawijaya Malang*. Tidak Dipublikasikan

- Sarjono, H dan Julianita, W. 2011. *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Salemba Empat: Jakarta.
- Selnes, Fred. 1993. An Examination of The Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty, *European Journal of Marketing*. Vol. 27, No. 9, pp.19-35.
- Smith, Rodney E, and Wright, William F. 2004. Determinants of Customer Loyalty and Financial Performance, *Journal of Management Accounting Research*, Vol. 16, pp. 183-205
- Sudarti, Ken dan Illa F.A. Putri. 2013. Peningkatan Loyalitas Pelanggan Melalui Reputasi Merek, Kepuasan Nasabah, Dan Kualitas Pelayanan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, Vol 27. No. 1, Hal.48-65.
- Tandjung, TenuWijaya. 2004. *Marketing Management: Pendekatan Pada Nilai- Nilai Pelanggan*, Edisi Kedua, Banyumedia Publishing, Malang. Vol 28, No. 136
- Tjahyadi, Rully A. 2006. *Brand Trust Dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek*, *Jurnal Manajemen*, Vol. 6, No. 1, Hal. 65-78
- Tjiptono, F. 2005. *Pemasaran Jasa*, Edisi 1, Bayumedia Publishing, Malang.
- Wiyono, Gendro. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS 17.0 dan Smart PLS 2.0*. STIM YKPN, Yogyakarta