

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Digital marketing* memiliki pengaruh terhadap citra perusahaan. Hal ini menjelaskan bahwasanya jika kegiatan *digital marketing* dapat dimaksimalkan dengan baik oleh manajemen perusahaan, maka hal ini akan membentuk citra perusahaan yang semakin baik.
2. *Digital marketing* memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menjelaskan bahwasanya jika strategi *digital marketing* yang diterapkan oleh manajemen perusahaan dapat dilakukan secara efektif, maka hal ini akan memudahkan interaksi antara perusahaan dengan nasabah yang menjadi semakin cepat serta dapat meningkatkan nilai produk kepada pelanggan, membangun kriteria yang diinginkan pelanggan, dan pada akhirnya menciptakan kepuasan pelanggan.
3. Citra perusahaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil ini menjelaskan bahwasanya jika sebuah perusahaan memiliki citra yang baik di mata masyarakat, pada akhirnya dapat mengarahkan kepada kesadaran yang tinggi, loyalitas, dan reputasi yang baik sehingga berdampak pada meningkatnya kepuasan nasabah.
4. *Digital marketing* melalui citra perusahaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Jambi. Hal ini secara tidak langsung menjelaskan jika citra perusahaan mampu memediasi *digital marketing* terhadap kepuasan nasabah. Berperannya citra perusahaan sebagai *variable intervening* dikarenakan citra perusahaan merupakan campuran dari aspek fungsional dan emosional yaitu pengalaman terdahulu antara

konsumen dengan perusahaan. Jika konsumen pernah mendapatkan pengalaman baik dengan perusahaan, maka kepuasannya akan meningkat. Sebaliknya ketika pernah terjadi pengalaman buruk, maka kepuasan juga akan menurun, karena dipandang memiliki citra yang negatif.

5.2. Saran-saran

5.2.1. Secara Praktis

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan penelitian ini, peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kepuasan nasabah Bank Jambi. Adapun saran yang diberikan sebagai berikut:

- a. Manajemen perusahaan agar lebih tanggap lagi dalam menanggapi kebutuhan nasabah.
- b. Manajemen Bank Jambi dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah, dengan melakukan survey lebih lanjut mengenai tingkat kepuasan nasabah.
- c. Manajemen Bank Jambi dapat membenahi serta memaksimalkan fasilitas yang disediakan seperti ATM dan lain sebagainya agar dapat bekerja secara dengan baik, nasabah dapat menggunakan fasilitas tersebut dengan maksimal.

5.2.2. Secara Akademis

Kepuasan nasabah dapat dipengaruhi oleh faktor lain, oleh karena itu perlu kajian yang lebih komprehensif, guna menjawab faktor lain (*epsilon*) yang mempengaruhi kepuasan nasabah selain dari *digital marketing* dan citra perusahaan, berupa kepercayaan, kualitas pelayanan, promosi, dan fasilitas.