

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian yang membahas pengaruh motivasi diri dan penerimaan informasi *Word of Mouth* (WOM) terhadap kepuasan nasabah Tabungan Junior di BSI KCP Panorama menunjukkan bahwa dapat ditarik sejumlah kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh motivasi diri terhadap kepuasan nasabah produk tabungan junior di BSI KCP Panorama adalah motivasi diri memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah Tabungan Junior di BSI KCP Panorama. Hal ini dibuktikan dengan t hitung $(4,436) > t$ tabel $(1,667)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, yang berarti semakin tinggi motivasi diri nasabah maka semakin meningkat pula kepuasan yang dirasakan terhadap produk Tabungan Junior. Hal ini menunjukkan bahwa faktor internal dalam diri nasabah memiliki peranan penting dalam membentuk kepuasan terhadap layanan perbankan.
2. Pengaruh penerimaan informasi (WOM) terhadap kepuasan nasabah produk tabungan junior di BSI KCP Panorama adalah Penerimaan informasi WOM memiliki berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan junior di BSI KCP Panorama, dibuktikan dengan t

hitung (5.991) > t tabel (1.667) dan tingkat signifikansi $0.001 < 0.05$. Temuan ini menunjukkan bahwa informasi yang bersumber dari lingkungan sosial nasabah, termasuk keluarga, teman, kerabat, dan lingkungan sekitar, berkontribusi dalam memengaruhi kepuasan nasabah (Y) terhadap produk Tabungan Junior. Semakin positif penerimaan informasi WOM yang diterima, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah terhadap layanan dan produk yang digunakan.

3. Pengaruh motivasi diri dan penerimaan informasi (WOM) secara simultan terhadap kepuasan nasabah produk tabungan junior di BSI KCP Panorama bahwa motivasi diri dan penerimaan informasi WOM memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan junior di BSI KCP Panorama, dibuktikan dengan nilai F hitung (18,964) > F tabel (3,11) dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan motivasi diri nasabah serta kualitas penerimaan informasi *Word of Mouth* (WOM) yang diterima akan diikuti oleh peningkatan tingkat kepuasan nasabah terhadap produk Tabungan Junior.

B. Saran

Berdasarkan hasil penulisan, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengaruh motivasi diri terhadap kepuasan nasabah Tabungan Junior di BSI KCP Panorama.

Pihak BSI KCP Panorama disarankan untuk terus meningkatkan upaya edukasi dan sosialisasi mengenai manfaat, fitur, serta keunggulan produk Tabungan Junior kepada nasabah. Dengan meningkatnya pemahaman dan motivasi nasabah dalam menabung, maka kepuasan nasabah terhadap produk yang digunakan juga akan semakin meningkat. Selain itu, bank dapat menyelenggarakan program-program edukatif yang mendorong kesadaran menabung sejak dini sehingga motivasi nasabah dan orang tua untuk menggunakan produk Tabungan Junior semakin kuat.

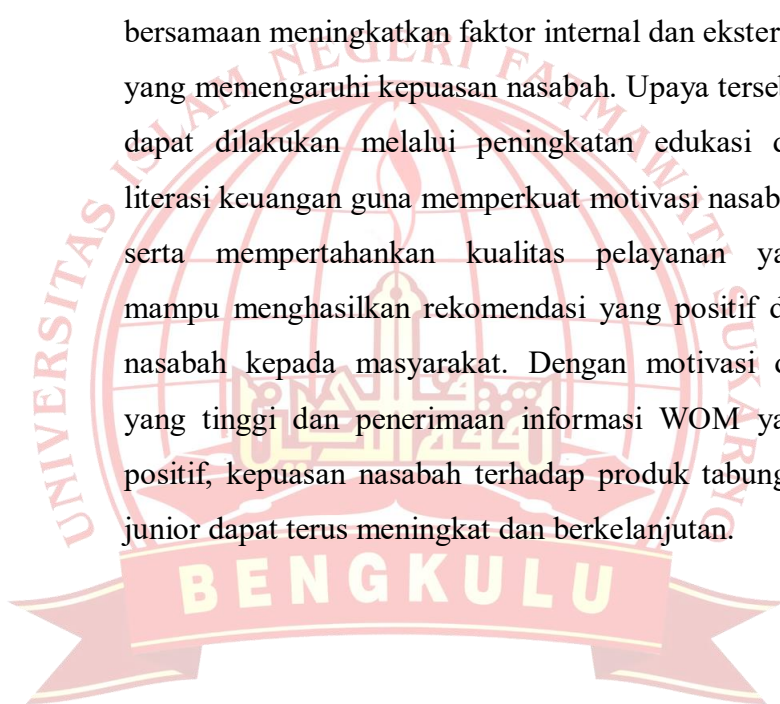
2. Berdasarkan pengaruh penerimaan informasi (Word of Mouth/WOM) terhadap kepuasan nasabah Tabungan Junior di BSI KCP Panorama.

Pihak BSI KCP Panorama disarankan untuk menjaga kualitas pelayanan dan hubungan baik dengan nasabah agar tercipta informasi positif yang dapat disebarkan kepada masyarakat melalui komunikasi dari mulut ke mulut (Word of Mouth). Bank juga dapat memanfaatkan testimoni nasabah yang puas sebagai sarana promosi yang efektif. Dengan semakin banyak informasi positif yang diterima calon nasabah maupun nasabah lainnya, maka dengan tingkat kepuasan dan

kepercayaan terhadap produk Tabungan Junior akan semakin meningkat.

3. Berdasarkan pengaruh motivasi diri dan penerimaan informasi (WOM) secara simultan terhadap kepuasan nasabah Tabungan Junior di BSI KCP Panorama.

Pihak BSI KCP Panorama disarankan untuk secara bersamaan meningkatkan faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kepuasan nasabah. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui peningkatan edukasi dan literasi keuangan guna memperkuat motivasi nasabah, serta mempertahankan kualitas pelayanan yang mampu menghasilkan rekomendasi yang positif dari nasabah kepada masyarakat. Dengan motivasi diri yang tinggi dan penerimaan informasi WOM yang positif, kepuasan nasabah terhadap produk tabungan junior dapat terus meningkat dan berkelanjutan.



DAFTAR PUSTAKA

Adhari, Lendy Zelvian, *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*, Edisi 1 (Pasuran: Qiara Media, 2021)

Agustina, Niken laras, *Manajemen Kepuasan Pelanggan*, Edisi 1 (Jawa Tengah: Cv Eureka Media Aksara, 2019)

Agustina, Niken laras, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Edisi 1 (Sukoharjo: Pradina Pustaka, 2022)

Alfarizi, Muhammad, “*Interaction of Customer Satisfaction and Retention of Digital Services: PLS Evidence From Indonesian Sharia Banking*” JIEF: International Journal of Islamic Economics and Finance, 6.1 (2023), 151–80

Arif Rachman, Yochanan, Andi Ilham Samanlangi, *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif dan R&D*, CV Saba Jaya Publishr, Edisi 1 (Karawang: CV Saba Jaya, 2024)

Al Idrus, Salim, Dkk, “*The Effect of Product Knowledge and Service Quality on Customer Satisfaction*” Journal of Asian Finance, Economics and Business, 8.1 (2021), 92-938

Bank BSI.co.id, “*Konsisten Tingkatkan Satu Rekening Satu Pelajar (KEJAR), BSI Raih 3 Penghargaan Literasi OJK*”, 26 Agustus 2025. <*Konsisten Tingkatkan Satu Rekening Satu Pelajar (KEJAR), BSI Raih 3 Penghargaan Literasi OJK - Berita Bank Syariah Indonesia*> [Diakses, 1 Desember 2025)

Broek, Anja Van Den, *The ABC of Work Motivation*, Edisi 1 (New York: Amsterdam University Press Ltd, 2024)

Elia, Ardyan, Dkk, *Metode Penelitian Kualitatif dan*

Kuantitatif, Edisi 1 (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2023)

Febriana, Andra, *'Analisis Produk Tabungan Junior Di Bsi Kcp Kedaton Bandar Lampung'* (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Metro, 2024)

Fitri, Anisa, Rani Rahim, Nurhayati, dan Azis, *Dasar-Dasar Statistika Untuk Penelitian*, edisi 1 (Yayasan Kita Menulis, 2023)

Fermayani, Riche, *"Motivasi Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah Ada Bank Nagari Cabang Syariah Padang"*, *Menara Ekonomi*, 10,1 (2024), 109-118

Indartini, Mintari dan Mutmainah, *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Klasik, Korelasi dan Regresi Linier Berganda*, Edisi 1 (Klaten: Lakeisha, 2024)

Kurniasih, Inayati, *"Tinjauan Literatur Sistematis : Motivasi Dari Employee Self-Determination"* *JIMEA : Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi* , 7.2 (2023), 987-1002

Khalilur, Muhammad, Dkk, *"Do customers ' perceptions of Islamic banking services predict satisfaction and word of mouth ? Evidence from Islamic banks in Bangladesh"* *PLOS One: Jurnal Information*, (2023), hal. 1-18

Kurniawan, Ivan Fachrur, Dkk, *"Pengaruh Customer Experience Dan Customer Expectations Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Toyota Kota Malang"*

E-Jurnal Riset Manajemen, 14.01 (2024), 627-638

Lia, April, dan Dina Mariyana, '*Pengaruh Islamic Spirituality Terhadap Voluntary Green Behaviour : Peran Perceived Supervisor Autonomy Support dan Autonomous Motivation Sebagai Variabel Mediasi Pengaruh Islamic Spirituality Terhadap Voluntary Green Behaviour : Peran Perceived Supervisor Autonomy Support dan Autonomous Motivation Sebagai Variabel Mediasi*' (Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2024)

Machali, Imam, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Edisi 3 (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021)

Mulyati, Dra Awin, Dkk, *Ragam penelitian dengan spss*, Edisi 1 (Jakarta: Tahta Media Group)

Merma, Oda Beli, Aprileny, Imelda, "*The Influence of Customer Experience, Service Quality, Word of Mouth Through Consumer Satisfaction On Repurchase Intention*" Jurnal Manajemen STEI, 11 (2025), 131-142

Neliwati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Edisi 1 (Medan: CV. Widya Puspita, 2018)

Nafisah, Tazkiatun , '*Pengaruh Kualitas Layanan Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Aplikasi Bsi Mobile (Studi Pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Banda Aceh)*' (Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2023)

OJK.go.id, “*Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024*”, 17 Oktober 2024. <[https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-\(SNLIK\)-2024/](https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-(SNLIK)-2024/)> [Diakses, 15 November 2025).

OJK.go.id , “*Siaran Pers Kinerja Positif Perbankan Syariah 2024*”, 21 Februari 2025. <<https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Kinerja-Positif-Perbankan-Syariah-2024.aspx>> [Diakses, 17 November 2025).

Pesa, Putu Nugraha, “*Keunikan Model Marketing Dari Mulut Ke Mulut Dalam Era Digital*” Jurnal Multidisiplin Indonesia, 2 (2023), 3160-3169

Ryan, Richard. M, Deci, Edward. L, *Self-Determination Theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness*, Edisi 1 (New York: The Guildford Press, 2017)

Riyadi, M Ismail, “*Siaran Pers Kinerja Positif Perbankan Syariah 2024, SP 35/GKPB/OJK/II/2025,*” Otoritas Jasa Keuangan, 2025), hal. 1

Sundari, Eva, *Dinamika Citra Dan Pelayanan Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Tinjauan (Studi Kasus Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru)*, Edisi 1 (Indramayu: CV Adanu Abimata, 2016)

Sahir, Syafrida Hafni, *Metodologi Penelitian*, Edisi 1 (Jogjakarta: KBM Indonesia, 2022)

Salsabila, Thalia Lufna, Sylvia Rozza, “*Pengaruh Promosi*

Media Digital dan Word of Mouth terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Mobile Banking Syariah” Account: Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan, 11.1(2022), 2195-2207

Sari, Ona, *‘Pengaruh Kepercayaan, Penanganan Keluhan dan Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia’* (Skripsi, Universitas Islam Negerri Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2025)

Sianturi, *“Uji homogenitas sebagai syarat pengujian analisis” Jurnal Pendidikan, Sains Sosial, dan Agama, 8.1 (2022), 386-397*

Sondakh, Conny, *“Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado” Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen, 3.1 (2014), 19-32*

Subiantoro, Bambang, *“Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Word Of Mouth (Wom) Melalui Loyalitas”, 12.2 (2023), 723-36*

Susanti, Oni Marlina, Srifariyati, *“Perumusan Variabel Dan Indikator Dalam Penelitian Kuantitatif Kependidikan” Jurnal Pendidikan Rokania, 9 (2020), 18-30*

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Edisi 2 (Bandung: Alfabeta, 2020)

Soesena, Abigail, Dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Edisi 1 (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020)

Syarifudin, Ibnu Al Saudi, *Metode Riset Praktis Regresi*

Berganda Dengan SPSS, Edisi 1 (Palangkaraya: Bobby Digital Center, 2022)

Wulandari, Devi Ratna 'Peran Word of Mouth(Wom) Terhadap Jumlah Nasabah Tabungan Simpedes di Bank Rakyat Indonesia KC Jember di Tangerang Selatan' (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Jember, 2020)

