

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai moderasi *digital customer service* pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada nasabah bank BNI, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang berarti semakin tinggi kualitas pelayanan pada nasabah bank BNI maka semakin tinggi juga tingkat kepuasan konsumennya.
2. *Digital customer service* (M) mampu memoderasi pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen, yang berarti *digital customer service* mampu memperkuat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, ketika *digital customer service* digunakan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan juga mengefektifkan waktu konsumen.

5.2 Saran

1. Bagi Peneliti:

Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya bisa lebih dikembangkan lagi penelitian ini, dengan mengganti salah satu variabel ataupun menambahkan variabel lain, misalnya *Customer relationship management (CRM)*.

2. Bagi Perusahaan:

Berdasarkan hasil penelitian ini *digital customer service* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, di harapkan untuk ke depannya bisa menambah mesin *digital customer service*, Supaya pelayanan lebih cepat dan praktis, dan nasabah lebih merasakan tingkat kepuasan konsumen yang lebih baik, dan untuk menjaga kualitas pelayanan agar tetap prima

mesin mesin digital lainnya yang dapat mempermudah konsumen dalam transaksi diharapkan untuk ke depannya dihadirkan.