

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Hasil dari penelitian diatas mengenai Pengaruh Komunikasi Interpesonal Humas Bank Jabar Banten Syariah Cabang Kota Bogor Terhadap Kepuasan Nasabah, maka kesimpulannya adalah:

1. Humas Bank Jabar Banten Syariah Cabang Kota Bogor menggunakan komunikasi *interpersonal* humas sejalan dengan teori yang peneliti gunakan yakni Teori Tindakan Alasan (*Theory of Reasoned Action*) yang membatu komunikator dan komunikan untuk memahami perilaku apa yang menjadi kepuasan nasabah, sehingga nasabah akan mendapatkan rasa kepuasan dari komunikasi *interpersonal* humas tersebut.
2. Komunikasi *Interpersonal* Humas Bank Jabar Banten Syariah Cabang Kota Bogor berpengaruh besar terhadap Kepuasan Nasabah. Berdasarkan bahwa fakta sig hitung (0,713) lebih besar dari sig penelitian (0,1) menunjukkan bahwa hipotesis nol di tolak. Memberikan informasi dan pelayanan dengan cara komunikasi *interpersonal* yang dilakukan humas Bank Jabar Banten Syariah Cabang Kota Bogor berpengaruh besar terhadap kepuasan nasabah dengan nilai sebesar 50,9% dan sisanya sebesar 49,1% yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
3. Nilai Koefisien Korelasi hitung antara Komunika *Interpersonal* Humas Bank Jabar Banten Syariah Cabang Kota Bogor terhadap Kepuasan Nasabah pada taraf signifikansi 0,1 dan jumlah sampel 61 orang adalah 0,713. Sehingga dapat

dikatakan bahwa hubungan tersebut korelasi kuat, hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik komunikasi interpersonal humas Bank Jabar Banten Syariah Cabang Kota Bogor maka kepuasan nasabah semakin meningkat.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Teoritis

Penelitian ini membahas tentang komunikasi *interpersonal* humas Bank Jabar Banten Syariah Cabang Kota Bogor terhadap kepuasan nasabah dengan menggunakan (*Theory of Reasoned Action*) Teori Tindakan Alasan yang mempunyai faktor penting yaitu fokus perhatian, dimana mempertimbangkan sesuatu yang dianggap penting. Hal ini dapat membatu komunikasi antara humas dan nasabah berjalan dengan efektif serta untuk memahami perilaku apa yang menjadi kepuasan nasabah dengan cara komunikasi *interpersonal* humas tersebut. Komunikasi *Interpersonal* Humas Bank Jabar Banten Syariah Cabang Kota Bogor dapat mempengaruhi kepuasan nasabah melalui beberapa dimensi diantaranya keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan.

Untuk peneliti selanjutnya penulis mengharapkan ketika akan meneliti tentang Komunikasi *Interpersonal* Humas yang terkait dengan penelitian saat ini diharapkan dapat menggunakan teori yang lebih ringkas dan padat, serta dapat menghasilkan penelitian dengan objek dan metode yang berbeda.

V.2.2. Saran Praktis

Bagi Humas Bank Jabar Banten Syariah Cabang Kota Bogor sebaiknya selalu meningkatkan serta mempertahankan komunikasi antar pribadi yang sudah baik agar kepuasan nasabah semakin meningkat. Disarankan pula untuk humas agar

dapat menciptakan suasana bersahabat dengan para nasabah, karena hal tersebut akan menjadikan suasana yang harmonis, menyenangkan, serta membuat nasabah merasa puas.

