

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah :

Berdasarkan hasil penelitian ini terdapat adanya pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara variabel Kualitas Pelayanan (X1), dan Kualitas Produk (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Syariah Mandiri cabang Patal Palembang. Dari analisis regresi linier berganda diperoleh nilai $F_{hitung} 58.643 > F_{tabel} 3,09$ signifikan sebesar 0,000 yang mana nilainya < dari nilai tingkat signifikan α (0,05). Hasil analisis pada penelitian ini juga menunjukkan besarnya dukungan variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) yang ditunjukkan dari nilai R Square sebesar 0,973, hal ini berarti variabel kualitas pelayanan tersebut secara simultan (bersama-sama) memberikan dukungan sebesar 97,3% sedangkan sisanya sebesar 2,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan Variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dari tabel koefisien diperoleh nilai $t_{hitung} 4.929$ yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel} (4.929 > 1.66055)$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara parsial terdapat pengaruh positif signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Kemudian pada Variabel Kualitas produk terhadap kepuasan nasabah dari tabel koefisien nilai $t_{hitung} 22.908$ yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel} (22.908 > 1.66055)$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$

maka H_0 ditolak dan H_a diterima ,artinya secara parsial terdapat pengaruh positif signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.

5.2 Saran

Penulis menyadari masih terdapat keterbatasan yang muncul dalam pelaksanaan penelitian ini. Oleh karena itu hasil penelitian ini belum dikatakan sempurna. Namun dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi. Berdasarkan hasil penelitian ini yang harus dilakukan lebih lanjut adalah :

1. Bahwa Bank BSM tetap menjaga kualitas pelayanan dan kualitas produk untuk dapat memberikan tingkat kepuasan optimal terhadap nasabah atau pun calon nasabah
2. Dapat dibuktikan beberapa pelayanan prima baik dari segi pelayanan ataupun produk yang akan menjadi icon dalam memberikan kepuasan terhadap kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Sunyoto, Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : PT.BUKU SERU.
- Husein, Umar. *Metode Riset dan Perilaku Konsumen Jasa*; Jakarta :PT.ghalia Indonesia, 2003.
- Andi, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Yogyakarta: 2015
- Sudaryono, 2016. *Manajemen Pemasaran*, Andi Offset. Yogyakarta.
- Isnail, 2010, *Manajemen Perbankan*, Edisi Pertama, cetakan kelima, Penerbit Prenadamedia Group, Jakarta.
- Al-Qur'an dan Terjemahan, Depok 2009.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. Cet. IV. Bandung Alfabeta.
- Martono, Nanang, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta PT. Rajawali Per.
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung :CV. Alfabeta.
- Sugiyono, 2008. *Statistika Untuk Penelitian* Bandung :CV. Alfabeta.
- Ghozali, Imam 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19*. Edisi kelima. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro