

BAB V KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisa dan interpretasi data yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan :

1. Variabel keefektifan dan jaminan, akses, harga, keterwujudan, portofolio jasa, kehandalan, secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Negara Indonesia syariah cabang Palembang setelah dilakukan uji F dengan tingkat signifikansi 5 % dimana Nilai Fhitung > Ftabel ($29,545 > 2.20$).
2. Dari pengujian secara parsial dengan uji T, diketahui berdasarkan pengujian hipotesis yang pertama variabel keefektifan dan jaminan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Negara Indonesia syariah cabang Palembang dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 (kurang dari 0.05). Hal ini menunjukkan semakin tinggi tingkat keefektifan dan jaminan akan berdampak pada peningkatan kepuasan nasabah Bank Negara Indonesia syariah cabang Palembang. Hasil pengujian hipotesis yang kedua pada variabel akses terhadap kepuasan nasabah Bank Negara Indonesia syariah cabang Palembang, diketahui secara parsial akses berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Negara Indonesia syariah cabang Palembang dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000 (kurang dari 0.05). Hal ini menunjukkan semakin tinggi tingkat akses akan

berdampak pada peningkatan kepuasan nasabah Bank Negara Indonesia syariah cabang Palembang. Hasil pengujian hipotesis ketiga pada variabel harga terhadap kepuasan nasabah pada Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Palembang diketahui bahwa secara parsial harga mempunyai pengaruh positif tidak signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,199 (lebih besar dari 0,05). Hal ini menunjukkan semakin tinggi tingkat harga akan berdampak pada peningkatan kepuasan nasabah Bank Negara Indonesia syariah cabang Palembang tetapi tidak signifikan. Hasil pengujian hipotesis keempat pada variabel keterwujudan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Palembang diketahui secara parsial keterwujudan mempunyai pengaruh positif tidak signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,818 (lebih besar dari 0,05). Hal ini menunjukkan semakin tinggi tingkat keterwujudan akan berdampak pada peningkatan kepuasan nasabah Bank Negara Indonesia syariah cabang Palembang tetapi tidak signifikan. Hasil pengujian hipotesis kelima pada variabel portofolio jasa terhadap kepuasan nasabah Bank Negara Indonesia syariah cabang Palembang diketahui secara parsial portofolio jasa mempunyai pengaruh positif tidak signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,120 (lebih besar dari 0,05). Hal ini menunjukkan semakin tinggi tingkat portofolio jasa akan berdampak pada peningkatan kepuasan nasabah Bank Negara Indonesia syariah cabang Palembang tetapi tidak signifikan. Hasil pengujian hipotesis keenam pada variabel

kehandalan terhadap kepuasan nasabah Bank Negara Indonesia syariah cabang Palembang, diketahui secara parsial kehandalan mempunyai pengaruh positif tidak signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,056 (lebih besar dari 0,05). Hal ini menunjukkan semakin tinggi tingkat kehandalan akan berdampak pada peningkatan kepuasan nasabah Bank Negara Indonesia syariah cabang Palembang tetapi tidak signifikan.

B. Implikasi penelitian

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, maka penulis mencoba mengemukakan implikasi yang mungkin bermanfaat diantaranya:

1. Bagi Nasabah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi yang akan menambah wawasan dan pengetahuan bagi nasabah Bank Negara Indonesia syariah cabang Palembang terutama terkait dengan keefektifan dan jaminan, akses, harga, keterwujudan, portofolio jasa, kehandalan, Sehingga dapat dijadikan poin penilaian dalam memilih bank sebagai tempat.

2. Bagi Akademisi

Dapat menambah sumbangsih pemikiran Ekonomi Islam dan berguna sebagai bahan pertimbangan dan informasi dalam kajian yang berkaitan dengan penelitian ini. Penelitian ini juga akan menambah kepustakaan di bidang perbankan syariah, serta dapat dijadikan sebagai bahan bacaan untuk menambah wawasan dan pengetahuan.

3. Bagi Bank

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bank dalam memberikan pelayanan yang baik untuk nasabah.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya terbatas melakukan kajian pengaruh Banking Service Quality terhadap satu variabel terikat yaitu kepuasan nasabah, lebih lanjut penelitian ini masih mengkaji secara khusus pada nasabah tabungan BNI Syariah Cabang Palembang periode 2014.

D. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Melalui hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan maka dapat disarankan hal-hal sebagai berikut :

Bahwa dari kesimpulan di atas data peneliti lakukan maka saran yang bisa diberikan adalah bahwa BNI Syariah harus tetap mempertahankan pelayanan yang telah dilakukan selama ini terutama terhadap keefektifan dan jaminan, akses, harga, keterwujudan, portofolio jasa, kehandalan, karena kepuasan nasabah merupakan tujuan pokok dari keberadaan tiap bank dalam menghadapi persaingan yang ketat yang terjadi di dunia perbankan selama ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Algi fari (1997), *Analisis Regresi Teori, Kasus dan Solusi*, BPFE, Yogyakarta
- All Fred, Anthony T. dan H. Lon Addams (2000), "Service Quality at Banks and Credit Unions : What Do Their Customer Say?," *International Journal of Bank Marketing*; Vol. 18 No. 4, p. 200 — 207.
- Angur, Madhukar G., Rajan Nataraajan dan Joh S. Jahera (1999), "Service Quality in the Banking Industry : an Assessment in a Developing Economy," *International Journal of Bank Marketing*; Vol. 16 No.7, p., 116 - 123.
- Avkiran, Necmi K. (1994), "Developing an Instrument to Measure Customer Service Quality in Branch Banking," *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 12, p. 10 --18.
- Avkiran, Necmi K. (1999), "Quality Customer Service Demands Human Contact," *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 1 No. 2, p. 61 - 71.
- Babakus, E. dan G.W. Boller (1992), "An Empirical Assessment of the SERVQUAL Scale," *Journal of Business Research*, Vol. 24 No. 3, p. 253 —268.
- Bahia, Kamilia dan Jacques Nantel (2000), "A Reliable and Valid Measurement Scale for the Perceived Service Quality of Banks," *International Journal of Bank Marketing*, 18/2, p. 84 — 91..
- Bloomer, Josee, Ko de Ruyter dan Pascal Peeters (1998), "Investigating Drivers of Bank Loyalty : the Complex Relationship Between Image, Service Quality and Satisfaction." *International Journal of Bank Marketing*, 16 /7, p. 276 — 286.
- Cooper, D. R. dan C.W. Emory (1995), *Metode Penelitian Bisnis*, jilid '1, edisi Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality dan Satisfication*, (Yogyakarta: Andi, 2005), hal.11
- Hair, J.F., R.E. Anderson, R.L. Tatham dan W.C. Black (1998), *Multivariate Data Analysis : With Readings*, Indianapolis, 5th Edition, Mac Milian Publishing Company

- Imam Ghozali (2001), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Badan Penerbitan Universitas Diponegoro, Semarang
- James F. Engel, et.al. *Perilaku Konsumen*, alih bahasa FX Budiyanoto. (Jakarta:Binarupa Aksara. 1992), hlm. 11
- Lassar, Walfried M, Chris Manolis dan Robert D. Winsor (2000), "Service Quality Perspectives and Satisfaction in Private Banking," *International Journal of Bank Marketing*, Vol: 18., No. 4., p. 181 — 199.
- Lee, Haksik, Yongki Lee dan Dongketin Yoo (2000), "The Determinants of Perceived Service Quality and Its Relationship with Satisfaction," *Journal of Services Marketing*, Vol. 14 No. 3, p. 217 — 231.
- Leon G Schiffman dan Leslie L Kanuk.*Consumer Behavior*. (New Jersey:Prentice Hall.2004), hal. 15
- Masri Singarimbun dan Sofian Effendi (1991), *Metode Penelitian Survey*, Edisi Revisi, Jakarta, LP3ES.
- M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*..hal.
- Parasuraman A, Berry L, dan Zeithaml V. (1985), "A. Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research," *Journal of Marketing*, Vol. 49, p. 41 — 50.
- Parasuraman A, Berry L, dan Zeithaml V. (1988), SERVQUAL: a Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," *Journal of Retailing*, 64, p. 12 - 40.
- Philip Kotler. *Marketing Manajemen*. (New Jersey:Prentice Hall. 2000), hlm. 36
- Rambat Supriyadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal.6
- Sekaran, Uma (1992), *Research Methods For Business: Skill-Building Approach*; 2nd Editon, John Wiley & Sons, Inc.