

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh antara variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan sedangkan variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Kualitas layanan, Kualitas Produk dan Citra Merek. Hasil dari analisis data dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Kualitas Produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Citra Merek memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti memiliki beberapa keterbatasan. Pertama penelitian ini menggunakan kuesioner yaitu terkadang jawaban dari responden tidak sesuai dengan realita, kedua kepuasan pelanggan dipengaruhi tiga variabel yaitu kualitas layanan, kualitas produk dan citra merek, ketiga keterbatasan waktu yang digunakan untuk penyebaran kuesioner mengingat tidak bisa mencari responden dalam jangka waktu yang pendek. .

5.3. Saran

Hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini maka peneliti memberikan saran-saran pada pihak-pihak yang terkait dengan penelitian yang telah dilakukan. Saran-saran yang diberikan peneliti diharap dapat bermanfaat bagi pihak terkait. Saran-saran sebagai berikut:

1. Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Rungkut Surabaya

Hasil olahan data pada variabel kualitas layanan menunjukkan bahwa kualitas layanan Bank Muamalat dinilai baik oleh responden tetapi dilihat dari item pernyataan kualitas layanan mengenai pelayanan Bank Muamalat. Harapan peneliti pada Bank Muamalat diharapkan layanan-layanan yang diberikan Bank semakin berkualitas agar dapat mencapai tingkat kepuasan pelanggan dan juga memanfaatkan waktu dalam menangani nasabah agar cepat dan efisien.

Hasil olahan data pada variabel kualitas produk menunjukkan bahwa responden memiliki minat terhadap produk yang ada di Bank Muamalat tetapi dilihat dari item pernyataan yang rendah mengenai informasi dalam Bank Muamalat pada *website* atau brosur hal tersebut berdasarkan oleh hasil kuesioner yang telah disebarkan, responden atau nasabah bank kurang mengerti mengenai informasi yang ada. Harapan peneliti yaitu diharapkan informasi yang tersedia pada *website* atau brosur diberikan keterangan yang jelas agar nasabah mudah mengerti informasi yang ada dalam *website* atau brosur tersebut.

Hasil olahan data pada variabel citra merek menunjukkan bahwa responden setuju dengan reputasi bank yang baik. Harapan peneliti pada Bank Muamalat yaitu dengan meningkatkan produk-produk yang ada agar memberikan reputasi yang baik di masyarakat.

Hasil olahan data pada variabel kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa responden setuju dengan syarat dan ketentuan yang ada di bank. Harapan peneliti pada bank yaitu diharapkan bank dapat meningkatkan layanan-layanan dan produk-produk yang berkualitas sesuai dengan keinginan nasabah agar dapat menciptakan tingkat kepuasan pelanggan sehingga pelanggan akan merasa puas terhadap Bank Muamalat.

2. Peneliti Selanjutnya

Saran bagi peneliti selanjutnya agar penelitian yang dilakukan berjalan dengan baik yaitu dengan mempelajari hal-hal apa yang dapat mempengaruhi kinerja bank umum maupun bank syariah, lalu menggunakan indikator-indikator yang sesuai dengan penelitian. Pemilihan batasan penelitian juga harus dicermati seperti lebih baik pada faktor usia, pekerjaan, pendidikan. Harapan pada penelitian selanjutnya pertama, saat penyebaran kuesioner lebih baik melakukan penyebaran secara langsung atau *on the spot* agar hasil data penelitian tersebut akurat. Kedua, perhatikan item-item pernyataan yang digunakan dalam kuesioner agar lebih banyak sehingga dapat menambah referensi dalam penelitian. Ketiga, diharapkan peneliti selanjutnya menggunakan instrumen penelitian yang lebih baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdillah, W., dan J. Hartono. 2015. "Partial Least Square (PLS)". Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Almsalam, Samaan. 2014. "The Effects of Customer Expectation and Perceived Service Quality on Customer Satisfaction," Agustus, 6.
- Bashir, Mohamed Sharif. t.t. "Analysis of Customer Satisfaction with the Islamic Banking Sector: Case of Brunei Darussalam" 2 (10): 13.
- Hamid, Abdelsalam Adam, Siddig Balal Ibrahim, Abdelmonim Shawgi Seesy, dan Hafiez Ali Hasaballah. 2015. "Interaction Effect of Perceived Service Quality and Brand Image on Customer Satisfaction," 8.
- Ghozali, Imam., & Hengky Latan. 2014. "Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS3.0 edisi kedua". Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Jahanshahi, Asghar Afshar, Mohammad Ali Hajizadeh Gashti, Seyed Abbas Mirdamadi, Khaled Nawaser, dan Seyed Mohammad Sadeq Khaksar. 2011. "Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty." *International Journal of Humanities and Social Science* 1 (7): 8.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*. Pearson.
- Razak, Ismail, Nazief Nirwanto, dan Boge Triatmanto. 2016. "The Impact of Product Quality and Price on Customer Satisfaction with the Mediator of Customer Value." *Jurnal of Marketing and Customer Research* 30: 59–68.
- Sholihin, Mahfud, dan Dwi Ratmono. 2013. *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 Untuk Hubungan Nonlinear dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sondakh, Conny. 2014. "Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan

(Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado).” *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* 3: 19–32.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alabeta.

Syofian, Siregar. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Branding and Brand Longevity Di Indonesia*. Yogyakarta: Andi.

