

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil olah data menggunakan aplikasi SPSS 20.0 dan hasil analisa yang telah dilakukan secara statistik maupun deskriptif yang telah dilakukan oleh peneliti, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Persepsi layanan secara parsial memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap preferensi nasabah Bank BRI Syariah di Surabaya, hal ini dikarenakan oleh tanggapan responden yang mayoritas setuju bahwa tidak ada bunga pinjaman dan nasabah memahami pelayanan yang ada di bank BRI Syariah sehingga memilih untuk menjadi nasabah, walaupun beberapa nasabah mengutamakan bank konvensional dibandingkan dengan bank syariah. Faktor yang mempengaruhi hal tersebut adalah nasabah yang menjadi responden juga menggunakan produk bank konvensional.
2. Kenyamanan layanan secara parsial memiliki pengaruh yang negatif tidak signifikan terhadap preferensi nasabah Bank BRI Syariah di Surabaya, hal ini dikarenakan oleh tanggapan responden yang tidak setuju tentang lokasi bank BRI Syariah yang strategis dan dekat dengan rumah responden. Faktor lain juga disebabkan oleh tempat penyebaran kuesioner yang memilih lokasi bank yang jauh dari perumahan.
3. Kualitas layanan secara parsial memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap preferensi nasabah Bank BRI Syariah di Surabaya, hal ini dikarenakan oleh tanggapan responden yang mayoritas setuju bahwa bank

BRI Syariah memiliki tampilan gedung yang kokoh, karyawan yang tanggap, peduli, mampu meyakinkan nasabah dan dapat diandalkan.

4. *Islamic branding* secara parsial memiliki pengaruh yang negatif tidak signifikan terhadap preferensi nasabah Bank BRI Syariah di Surabaya, hal ini dikarenakan oleh beberapa tanggapan responden yang tidak setuju bahkan sangat tidak setuju bahwa nasabah hanya akan menggunakan bank syariah dan mengutamakan memilih bank berbasis syariah dibandingkan bank konvensional.
5. Hasil uji F menyatakan bahwa Persepsi layanan, kenyamanan layanan, kualitas layanan, dan *islamic branding* secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap preferensi nasabah Bank BRI Syariah di Surabaya, artinya apa bila nasabah memiliki persepsi layanan yang baik, merasakan adanya kenyamanan dan kualitas layanan yang diberikan oleh bank BRI Syariah, serta nasabah mengutamakan untuk menggunakan *islamic branding*, maka akan berpengaruh terhadap preferensi nasabah dalam menggunakan bank BRI Syariah.

5.2 **Keterbatasan Penelitian**

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah beberapa responden menolak untuk mengisi kuesioner dan beberapa responden tidak mengisi kuesioner (data diri) dengan lengkap. Selain itu, peneliti mengalami kesulitan dalam memperoleh nasabah di beberapa lokasi bank, yaitu tidak diperkenankan menyebar kuesioner di daerah sekitar bank sehingga perlu mengganti lokasi penyebaran kuesioner di bank BRI Syariah yang lain atau hanya di depan ATM.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran-saran yang nantinya akan bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan terkait dengan penelitian ini. Adapun saran-saran sebagai berikut:

1. Saran Bagi Bank

- a. Dari hasil penelitian yang telah diperoleh menunjukkan bahwa responden setuju bahwa preferensi nasabah dapat dipengaruhi oleh persepsi layanan dan kualitas layanan sehingga diharapkan bank dapat terus mempertahankan kinerja yang baik untuk mempengaruhi persepsi layanan dan kualitas layanan yang baik.
- b. Dari hasil penelitian ini, variabel kenyamanan layanan dan *islamic branding* secara umum masih kurang mempengaruhi preferensi nasabah sehingga bank BRI Syariah di Surabaya diharapkan dapat meningkatkan pelayanan yang nyaman, yaitu mengadakan *counter-counter* ATM di tempat-tempat strategis dan promosi tentang produk-produk yang ada di bank BRI Syariah terkait pengenalan *islamic branding* kepada nasabah.

2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dan spesifik maka diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode wawancara selain kuesioner dan menambah jumlah responden.

- b. Untuk hasil penelitian yang lebih baik, sebaiknya menambah kriteria responden, yaitu responden yang tergabung dalam komunitas islami dan hanya menggunakan Bank BRI Syariah.
- c. Lokasi penyebaran kuesioner dilakukan di lokasi Bank yang dekat dengan perumahan agar pernyataan tentang lokasi dapat ditanggapi dengan baik oleh responden karena lokasi juga menentukan pemahaman nasabah tentang Bank BRI Syariah dan preferensinya untuk menggunakan Bank BRI Syariah.
- d. Untuk dapat menghasilkan data yang lebih baik maka cara mendapatkan informasi responden untuk peneliti selanjutnya diharapkan menambah beberapa variabel bebas, contohnya seperti yang digunakan dalam jurnal penelitian sebelumnya yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu organisasi etik, motif keagamaan, reputasi dan citra bank, biaya transaksi, ketersediaan ATM, kerahasiaan transaksi, rekomendasi dari keluarga, kesadaran, dan keuntungan terhadap preferensi nasabah.

DAFTAR RUJUKAN

- Abuzar Asra dan Achmad Prasetyo. 2015. *Pengambilan Sampel Dalam Penelitian Survei*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Anisa Sulistiorini. 2015. BNI Syariah 2015 DPK Lebih Tinggi Dari Pembiayaan. *Bisnis.com* (Online). (<http://syariah.bisnis.com>, diakses 14 Juli 2016)
- Anwar Sanusi. 2011. *Metode Penelitian Bisnis Disertai Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi dan Manajemen*. Malang: Salemba Empat.
- Arifatul Fahmi. 2015. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Industri Perbankan". *JOM FISIP*. Volume 2 No.1 Februari.
- Badan Pusat Statistik, 2016. Karakteristik Usia, (Online) (<https://www.bps.go.id/>, diakses 30 Mei 2016).
- Daryoko. Praktisi dan Akademisi Pasca Sarjana UIN Sunan Kali Jaga Yogyakarta. 2015. Prospek dan tantangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Kompasnia*. (Online). (<http://www.kompasnia.com>, diakses 3 Mei 2016)
- Departemen Kesehatan. 2009, Kategori Umur , *Dokumen Tips* (Online). (<http://dokumen.tips/documents/kategori-umur.html>, diakses 31 Mei 2016)
- Dewi Arianty dan Yana Raohmana. 2012. " Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Provider Indosat di Perguruan Tinggi Negeri Kota Bandung". *Journal .UPI.edu*. Bandung Provinsi Jawa Barat.
- Doraisamy, Barathy., Shanmugam, Arunagiri., dan Raman, Ravindram. 2011. "A Study On Costumers' Preferences Of Islamic Banking Product and Service In Sungai Petani". *Academic Research International*.(November). Pp 290-302.
- Erna Supriyanti, Mukeri, dan Maria M. Minarsih. 2015. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kebutuhan Masyarakat". *Journal of Manajemen*. ISSN:2442-4064.
- EQ. 2015. BTN Syariah Terus Menggeliat. *Property and Bank*. (Online). (<http://www.propertynbank.com>, diakses 3 Mei 2016)
- Fandy Tjiptono. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Hellriegel, D. dan Slocum Jr.,J.W. 2011. *Organizational Behavior*. Ohio: South-Western Cengage Learning.
- Imam Ghozali. 2011. *Aplikasi analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- , 2013. *Aplikasi analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Jalil, Abdul dan Khalilur Rahman, Muhammad. 2014. "The Impact Of Islamic Branding on Consumer Preference toward Islamic Banking Services: An Empirical Investigation in Malaysia". *Journal of Islamic Banking and Finance*. No. 1, Pp. 209-229.
- Karlina Aprilia dan Imam Ghozali. 2013. *Teknik Penyusunan Skala Likert (Summated Scales) "Dalam Penelitian Akuntansi dan Bisnis"*. Semarang: Fatwa Publishing
- Mieke Suharini. 2008. "Persepsi Nasabah Terhadap Penerapan Sistem Layanan Produk dan Jasa E-Banking". *Bisnis & Birokrasi. Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi.*, Hlm 168-177 – Volume 15, Nomor 3.
- Muhammad Nasurullah. 2015. "Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk". *Jurnal Hukum Islam (JHI)*. Volume 13, Nomor 2. Halaman 79-87. ISSN 1829-7382.
- Nur Achmad. 2016. "Pelaksanaan Proses Belajar Mengajar di Fakultas ABC". *The 3rd University research Colloquium 2016*. ISSN 2407-9189.
- Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rizqi Ramadhony, P. dan Basuki Hadiprajitno. 2014. "Pengaruh Pengetahuan dan Ekspektasi Masyarakat Terhadap Kesenjangan Persepsi Audit Pemerintahan". *Diponegoro Journal Of Accounting*. Volume 3, Nomor 4, Halaman 46-58.
- Robbins, S.P dan Judge, T.A. 2013. *Organizational Behavior: 10 edition*. New Jersey: Prentical Hall.
- Roby Dwiputra. 2013. "Preferensi Wisatawan Terhadap Saranan Wisata di Kawasan Wisata Alam Erupsi Merapi". *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, Volume 24 No.1, April. Hlm. 35-48.
- Sri Sugiarti. 2016. Kinerja BRI Syariah Menanjak Sepanjang 2015. *Mysharing*. (Online). (<http://www.keuangansyariah.myssharing.co.id> , diakses 3 Mei 2016)
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Yogyakarta: Alfabeta.
- _____. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R& D*. Bandung: Alfabeta.
- Syed Akif Hasan, Muhammad Intiaz Subhani, Muhammad Faidzan Rafiq, Muhammad Nayaz dan Ms. Amber Osman. 2012. "Consumer Criteria For

The Selection Of an Islamic Bank: Evidence From Pakistan”. *IRJFE* (July).Pp. 40384.

Syofian Siregar, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.

Tabachnick, B.G. dan Fidel, L.S. 2007. *Using Multivariate Statistics*. Fifth Edition USA: Person Education Inc.

Violesia, Eva Bangun. 2014, *Pengaruh Warna Ruang Kerja Terhadap Kenyamanan Dosen Departemen Psikologi Industri Dan Organisasi Fakultas Psikologi USU*. Fakultas Psikologi: USU Medan.

