

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat diberikan suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Citra Merek (X) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Z) gadai dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang A.Rivai. Hal ini dibuktikan dengan tingkat sig. $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung $4.001 > \text{nilai } t \text{ tabel } 1.666$. Peningkatan citra merek dinyatakan dapat meningkatkan kepuasan nasabah secara signifikan, hal ini disebabkan karena citra merek Bank Syariah Indonesia KC Palembang A. Rivai yang telah dikenal oleh masyarakat luas.
2. Variabel Citra Perusahaan (X) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Z) gadai dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang A.Rivai. Hal ini dibuktikan dengan nilai Sig. Variabel Citra Perusahaan (X) Terhadap Kepuasan Nasabah (Z) adalah $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung $4.285 > \text{nilai } t \text{ tabel } 1.666$. Citra perusahaan dari Bank Syariah Indonesia KC Palembang A. Rivai membuat semakin meningkatkan kepuasan nasabah. Layanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan harapan sehingga citra perusahaan dipersepsikan baik dan memuaskan.
3. Variabel Kepuasan Nasabah (Z) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y) gadai dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang A.Rivai. Hal ini dibuktikan dengan nilai Sig. Variabel Kepuasan Nasabah (Z) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y) adalah $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung $31.925 > \text{nilai } t \text{ tabel } 1.666$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah yang diciptakan perusahaan akan dapat meningkatkan loyalitas nasabah dalam menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan dengan mengedepankan keinginan dan harapan nasabah.

4. Variabel Citra Merek (X) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Z) gadai dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang A.Rivai. Hal ini dibuktikan dengan nilai Sig. Variabel Citra Merek (X) Terhadap Loyalitas Nasabah (Z) adalah $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung $6.558 >$ nilai t tabel 1.666. Penelitian menunjukkan adanya pengaruh antara citra merek terhadap loyalitas nasabah, karena dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi dan semakin baik citra merek sebuah perusahaan maka akan meningkatkan atau mempengaruhi loyalitas nasabah atau penggunaanya.
5. Variabel Citra Perusahaan (X) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Z) gadai dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang A.Rivai. Hal ini dibuktikan dari nilai Sig. Variabel Citra Perusahaan (X) Terhadap Loyalitas Nasabah (Z) adalah $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung $3.527 >$ nilai t tabel 1.666. Citra perusahaan pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang A.Rivai tergolong kuat karena sudah memenuhi kebutuhan yang diinginkan atau sesuai dengan harapan nasabah yaitu petugas dapat berkomunikasi dengan baik dan mudah di pahami nasabah, memberikan pelayanan yang baik dan ramah serta saat nasabah mengalami kesulitan pelayanan yang diberikan sangat membantu nasabah.
6. Variabel Citra Merek (X) dapat memediasi Kepuasan Nasabah (Z) terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Hal tersebut dibuktikan dengan hasil sobel tes sebesar 3.952. Nilai tersebut lebih kecil daripada dengan t-tabel pada taraf 5% yaitu 1.666. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi atau menjadi perantara citra merek terhadap loyalitas pelanggan, sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan yang dirasakan atas kesesuaian citra merek yang baik akan menimbulkan loyalitas nasabah
7. Variabel Citra Perusahaan (X) dapat memediasi Kepuasan Nasabah (Z) terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Hal tersebut dibuktikan dengan hasil sobel sebesar 4.236. Nilai tersebut lebih kecil daripada dengan t-tabel pada taraf 5% yaitu 1.666. Hasil penelitian ini menunjukkan jika nasabah tidak

mendapatkan pelayanan yang baik maka nasabah tidak akan mungkin loyal dan jika nasabah sudah menunjukkan sikap ketidakloyalitasnya maka otomatis dapat disimpulkan bahwa nasabah tidak merasa puas akan suatu pelayanan yang ada.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, peneliti menyampaikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat dan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan ataupun untuk penelitian selanjutnya. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia KC Palembang A. Rivai diharapkan kedepannya mampu mempertahankan citra merek sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah serta meningkatkan loyalitas nasabah dalam menggunakan produk yang ada di Bank Syariah Indonesia KC Palembang A. Rivai.
2. Citra Perusahaan dari Bank Syariah Indonesia KC Palembang A. Rivai sudah baik tetapi harus tetap ditingkatkan agar nasabah-nasabah dari Bank Syariah Indonesia KC Palembang A. Rivai terkhususnya nasabah gadai dan cicil emas Bank Syariah Indonesia KC Palembang A. Rivai merasa percaya dan terus memilih Bank Syariah Indonesia KC Palembang A. Rivai sebagai Bank kepercayaan untuk mencicil dan menggadaikan emas
3. Kepuasan dari nasabah gadai dan cicil emas Bank Syariah Indonesia KC Palembang A. Rivai terhadap citra produk dan citra perusahaan Bank Syariah Indonesia KC Palembang A. Rivai sudah baik tetapi seluruh pegawai Bank Syariah Indonesia KC Palembang A. Rivai harus tetap menjaga kepuasan tersebut dikarenakan melalui kepuasan tersebut dapat mempertahankan nasabah-nasabah yang sudah ada maupun menambahkan nasabah baru di Bank Syariah Indonesia KC Palembang A. Rivai.
4. Bank Syariah Indonesia KC Palembang A. Rivai dapat memberikan kelayalitasnya kepada nasabah-nasabahnya dengan membuat hal-hal

yang menarik perhatian nasabah sehingga nasabah juga dapat menjaga keloyalitasannya terhadap Bank Syariah Indonesia KC Palembang A.Rivai.

5. Bagi para pembaca diharapkan dapat menjadi referensi dan menambah wawasan mengenai Bank Syariah Indonesia terkhususnya pada citra merek dan citra perusahaan dari Bank Syariah Indonesia.
6. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan teori yang berbeda dan menambahkan beberapa variabel lainnya yang tidak dicantumkan peneliti dalam penelitian ini dan juga dapat menambahkan dengan memperbanyak jumlah observasi agar memperoleh hasil yang lebih akurat dan gambaran hasil yang lebih baik misalnya sampel diperbanyak, unit analisis dan sampel yang berbeda.