

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa :

Seluruh variabel independen (bebas) pelayanan (X) (*tangible, empathy, responsiveness, reliability, dan assurance*) ada 3 variabel yang mampu mempengaruhi citra bank syariah Indonesia (BSI) dan ada 2 variabel yang tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra bank syariah Indonesia (BSI).

Berarti ada 3 Subvariabel (*Empathy, responsiveness, dan reliability*) yang berpengaruh positif terhadap citra bank yang berarti bank telah memberikan perhatian terhadap keluhan dan kebutuhan nasabah, tindakan yang cepat tanggap ketika nasabah menghadapi masalah, dan pelayanan yang cepat dan tepat. Adapun 2 subvariabel (*Tangible dan Assurance*) yang tidak berpengaruh positif terhadap citra bank yang berarti nasabah menilai kebersihan ataupun penampilan karyawan kurang dan nasabah menilai mengenai sikap karyawan yang kurang sopan ataupun ramah.

#### **B. Saran-saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka sebagai peneliti saya ingin menyampaikan saran yang mudahan-mudahan nantinya dapat memberikan manfaat bagi pihak yang terkait.

1. Bagi perusahaan, sebuah pelayanan adalah suatu faktor yang paling penting dalam guna meningkatkan citra ataupun memajukan perusahaan,

meskipun pelayanan bukanlah produk utama tetapi pelayanan adalah yang pertama kali dilihat oleh konsumen. Karena dalam penelitian ini cepat tanggap (Responsiveness) yang mempunyai pengaruh dominan mudah-mudahan perusahaan dapat mempertahankannya lebih bagus lagi kalo bisa ditingkatkan.

2. Bagi peneliti selanjutnya, agar bisa menggunakan subvariabel yang penting lainnya yang belum diteliti dalam penelitian ini dari pelayanan untuk dapat mengukur citra perusahaan

