

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan temuan penelitian tentang Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Banjarmasin) diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis (uji-t) memperlihatkan bahwa harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan nasabah pembiayaan KPR pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin, dengan nilai signifikansi sebesar $(0,007 < 0,05)$.
2. Hasil uji hipotesis (uji-t) juga memperlihatkan bahwa kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan KPR pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin, dengan nilai signifikansi senilai $(0,000 < 0,05)$.
3. Hasil uji hipotesis (uji-t) memperlihatkan bahwa kualitas layanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan nasabah pembiayaan KPR pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk.

Kantor Cabang Syariah Banjarmasin, dengan nilai signifikansi sebesar ($0,049 < 0,05$).

4. Hasil uji F secara simultan menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap kepuasan nasabah (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai Fhitung yang lebih besar dari Ftabel yaitu $107,623 > 2,70$ yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan kualitas produk dan pelayanan serta harga memberi pengaruh yang signifikan pada kepuasan nasabah pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

B. Saran

Menurut hasil penelitian dan simpulan diatas, berikut ini beberapa saran yang dapat disampaikan:

1. Bagi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin disarankan supaya terus meningkatkan dan menjaga konsistensi kualitas produk, pelayanan, serta memberikan harga yang kompetitif sesuai harapan nasabah, agar kepuasan nasabah tetap terjaga.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan penambahan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan nasabah seperti promosi, kinerja karyawan, faktor emosional serta biaya dan kemudahan sehingga mampu memperluas hasil penelitian.