

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan data dan analisis yang diuraikan pada bab sebelumnya, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara Parsial hanya terdapat tiga saja variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yakni variabel reliability (kehandalan), empathy (empati), dan responsiveness (tanggapan). Variabel reliability (kehandalan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji t dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3.351 > 1,984$ ) dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak. Variabel empathy (empati) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan hasil uji t dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,701 > 1,984$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak. Variabel responsiveness (tanggapan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Hasil uji t dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,938 > 1,984$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,04 < 0,05$  maka  $H_0$  dalam penelitian ini juga ditolak. Sedangkan terhadap loyalitas nasabah hanya ada satu variabel yang tidak berpengaruh yaitu variabel *tangible* (bukti langsung) dengan hasil uji t dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,332 > 1,984$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,017 > 0,05$ . Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel *tangible* tidak berpengaruh sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima.

2. Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Reliability* ( $X_1$ ), *Assurance* ( $X_2$ ), *Empathy* ( $X_3$ ), *Tangible* ( $X_4$ ), *Responsiveness* ( $X_5$ ), dan *Efficiency* ( $X_6$ ) terhadap variabel kepuasan (Y) dan loyalitas nasabah (Z). Hasil uji F dimana  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $149,646 > 2,19$  dan nilai signifikan F sebesar 0,000, dimana nilai ini lebih kecil dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama ke enam faktor tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah menggunakan fasilitas *mobile banking* di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis  $H_0$  ditolak.

## **B. Saran**

1. Diharapkan kepada pihak PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin agar lebih meningkatkan lagi mengenai fasilitas *mobile banking* atau fasilitas elektronik banking lainnya agar lebih menarik perhatian nasabah.
2. Bagi peneliti berikutnya, melihat masih banyaknya kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini sekiranya dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai fasilitas *mobile banking* atau fasilitas elektronik banking lainnya. Selain itu juga, dapat mengambil objek yang tidak hanya terfokus pada variabel penelitian ini namun bisa dikembangkan lagi dengan melakukan penelitian dari variabel lain.