

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data pada bab sebelumnya dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

1. Variabel *tangible*, *reliability*, *assurance*, berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan nilai t-hitung $>$ t-tabel yaitu $(2.219, 3.075, 2.761 > 1.96)$. Sedangkan variabel *responsiveness* dan *emphaty* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan nilai t-hitung $<$ t-tabel yaitu $(0,200, 0,930 < 1.96)$
2. Variabel religiusitas (Z) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin A.Yani 1. Dengan nilai t-hitung $>$ t-tabel $(2.452 > 1.96)$.
3. Variabel religiusitas memperlemah pengaruh *tangible*, *reliability*, *assurance* terhadap kepuasan nasabah. Dengan nilai t-hitung $<$ t-tabel $(0,135, 0,386, 1.090 < 1.96)$. Namun religiusitas mampu memperkuat *responsiveness* dan *emphaty*. Dengan nilai t-hitung $>$ t-tabel yaitu $(2.032, 1.990 > 1.96)$

B. Saran

1. Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Jaminan (*Assurance*) dan Religiusitas dapat

mempengaruhi kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin A.Yani 1. Sedangkan Daya tanggap (*Responsiveness*), Empati (*Emphaty*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia dan Religiusitas tidak dapat memoderasi pengaruh Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Jaminan (*Assurance*) terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia tetapi mampu memoderasi pengaruh Daya Tanggap (*Responsiveness*) dan Empati (*Emphaty*) terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia. Diharapkan Bank Syariah Indonesia tetap mempertahankan Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Jaminan (*Assurance*) yang sudah dibentuk oleh nasabah Bank Syariah Indonesia sehingga itu bisa membuat nasabah merasa puas dengan layanan yang diberikan serta diharapkan Bank Syariah Indonesia juga dapat meningkatkan Daya Tanggap (*Responsiveness*) dan Empati (*Emphaty*) terhadap nasabah sehingga agar tercipta nilai kepuasan secara maksimal.

2. Bagi para peneliti selanjutnya penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat menjadi referensi untuk penelitian di masa yang akan datang dan dapat dikembangkan lebih mendalam, karena peneliti hanya mengambil responden pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin A.Yani 1, sehingga peneliti selanjutnya disarankan mengambil responden dari Bank Syariah lainnya dengan jumlah dan populasi yang beragam. Selain itu agar mencari variabel independen lainnya yang belum diteliti dalam penelitian ini karena ada 56,6% dari total 100% menyatakan terdapat

variabel lain yang terkait dapat menjelaskan kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia.