

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut berdasarkan pada hasil uji t pada variabel kualitas produk, dimana nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $7,013 > 1,985$ ) dan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut berdasarkan pada hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan, dimana nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,291 > 1,985$ ) dan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ). Berdasarkan penjabaran di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah di Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Kandangan.
2. Secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut berdasarkan pada hasil uji F, dimana nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $115,126 > 3,09$ ) dan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan

berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Kandungan.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Kepada pihak lembaga terkait, diharapkan dapat mempertahankan serta meningkatkan kualitas produk maupun kualitas pelayanan dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah. Hal ini disebabkan perkembangan di industri perbankan yang semakin hari menunjukkan kemajuan yang cukup signifikan serta persaingan yang semakin ketat.
2. Kepada peneliti selanjutnya, disarankan untuk menggunakan variabel yang tidak terdapat dalam penelitian ini atau menambah variabel-variabel yang dimungkinkan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah, seperti variabel kepercayaan dan penerapan nilai islam.