BAB V
PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan pengguna Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas, serta berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut.

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki nilai t hitung sebesar 3,033 dengan tingkat signifikansi 0,003, sehingga nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,003 < 0,05). Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima. Artinya, semakin baik kualitas layanan yang diberikan Bank Syariah Indonesia, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna. Kualitas layanan yang diwujudkan melalui keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik mampu memberikan pengalaman pelayanan yang sesuai dengan harapan pengguna sehingga meningkatkan kepuasan mereka.
2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel citra merek

memiliki nilai t hitung sebesar 6,389 dengan tingkat signifikansi 0,000, sehingga nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Dengan demikian, hipotesis kedua diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin positif citra merek Bank Syariah Indonesia di mata masyarakat, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna. Selain itu, berdasarkan nilai Standardized Coefficients (Beta) sebesar 0,591, citra merek merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi kepuasan pengguna dibandingkan kualitas layanan yang memiliki nilai Beta sebesar 0,281.

3. Kualitas layanan dan citra merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas. Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan nilai F hitung sebesar 101,488 dengan tingkat signifikansi 0,000, sehingga hipotesis ketiga diterima. Selanjutnya, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square (R^2) sebesar 0,686, yang berarti bahwa 68,6% variasi kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan dan citra merek, sedangkan 31,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan yang didukung oleh citra merek yang positif mampu meningkatkan kepuasan pengguna Bank Syariah Indonesia di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas secara signifikan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran berikut dapat dibuat. Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kecamatan Selat, Kabupaten Kapuas, harus mempertahankan dan meningkatkan layanan pelanggannya. Pelayanan yang lebih cepat, ketepatan dalam melakukan transaksi, kemampuan pegawai untuk memberikan informasi yang jelas, keramahan dalam melayani pelanggan, dan respons yang lebih baik terhadap keluhan dan kebutuhan pelanggan adalah semua cara yang dapat membantu pengalaman pelanggan menjadi lebih baik.Karena fakta bahwa faktor citra merek memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan nasabah, BSI harus meningkatkan reputasi mereknya melalui peningkatan reputasi perusahaan, transparansi informasi, keamanan transaksi, dan konsistensi layanan, serta memperkuat reputasi BSI sebagai lembaga keuangan syariah yang profesional, aman, dan terpercaya.

1. Bagi Nasabah

   Nasabah diharapkan dapat memberikan kritik, saran, dan masukan secara konstruktif kepada pihak Bank Syariah Indonesia terkait pelayanan maupun produk yang digunakan. Masukan dari nasabah diperlukan sebagai bahan evaluasi bagi bank dalam meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan citra merek yang baik.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang kemungkinan memengaruhi kepuasan nasabah, seperti kepercayaan nasabah, kualitas produk, keamanan transaksi, kemudahan penggunaan mobile banking, kualitas layanan digital, promosi, loyalitas nasabah, serta persepsi biaya administrasi. Peneliti selanjutnya juga dapat memperluas jumlah responden dan lokasi penelitian agar hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia pada wilayah yang lebih luas. Selain itu, penelitian berikutnya dapat menggunakan metode kualitatif atau metode campuran agar diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai alasan nasabah merasa puas atau tidak puas terhadap layanan Bank Syariah Indonesia.