

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh Kualitas Layanan dan Faktor Emosional terhadap Kepuasan Nasabah Banks Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Cirebon Dr Cipto dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Cirebon Dr Cipto, hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,397 dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0,851 < 1,660$ dan nilai signifikansi sebesar 0,001 (Sig. $< 0,1$).
2. Faktor emosional berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Cirebon Dr Cipto, hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,001 dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,277 > 1,660$ dan nilai signifikansi sebesar 0,000 (Sig. $< 0,1$).
3. Kualitas Layanan dan Faktor Emosional secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Cirebon Dr Cipto, hal ini dibuktikan dengan $F_{hitung} (8,026) > nilai F_{tabel} (2,36)$ dan nilai signifikansi 0,001 (Sig. $< 0,1$)

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang ada, adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan yang pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Cirebon Dr Cipto harus dipertahankan karena hal tersebut memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Cirebon Dr Cipto. Diharapkan agar tetap menjaga kualitas layanan yang dilakukan pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Cirebon Dr Cipto dengan mengedepankan (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty*).

2. Faktor Emosional memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Cirebon Dr Cipto. Diharapkan perusahaan harus terus memberikan perhatian penting untuk memperhatikan emosi pelanggan, dan berusaha mempengaruhi pelanggan sehingga mereka memiliki emosi yang positif. Dengan upaya ini diharapkan pemikiran dan perilaku mereka terhadap perusahaan, produk dan jasa yang ditawarkan menjadi positif pula.
3. Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti untuk dijadikan acuan pada penelitiannya. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel yang lebih banyak dan menarik dari penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel diluar variabel yang sudah diteliti dalam penelitian ini.

