

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh *digital marketing* terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Arjawinangun dengan *service quality* sebagai variabel intervening, maka dapat dihasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji variabel *digital marketing* terhadap *service quality* diperoleh nilai T Statistics sebesar $14,394 > 1,96$ dan untuk nilai P Valuesnya $0,000 < 0,05$. Maka H_1 diterima
2. Berdasarkan hasil uji variabel *digital marketing* terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Arjawinangun diperoleh nilai T Statistics sebesar $3,035 > 1,96$ dan untuk nilai P Valuesnya $0,002 < 0,05$. Maka H_2 diterima
3. Berdasarkan hasil uji variabel *service quality* terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Arjawinangun diperoleh nilai T Statistics sebesar $6,918 > 1,96$ dan untuk nilai P Valuesnya $0,000 < 0,05$. Maka H_3 diterima.
4. Berdasarkan hasil uji variabel *digital marketing* terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Arjawinangun dengan *service quality* sebagai variabel intervening diperoleh nilai T Statistics sebesar $5,940 > 1,96$ dan untuk nilai P Valuesnya $0,000 < 0,05$. Maka H_4 diterima.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Bank Muamalat sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia yang telah aktif menggunakan platform digital untuk memasarkan produk dan jasanya, informasi yang disediakan di website dan media sosial masih perlu ditingkatkan. Mengingat jumlah pengguna internet di Indonesia yang terus meningkat, sangat penting bagi Bank Muamalat untuk memperkuat kehadiran digitalnya dengan

memperbanyak informasi produk dan layanan bank. Meskipun Bank Muamalat telah aktif memanfaatkan website dan media sosial sebagai sarana promosi, namun perlu ada upaya yang lebih konsisten dalam memberikan informasi yang lebih lengkap, jelas, dan mudah diakses oleh masyarakat. Selain itu, Bank Muamalat juga perlu terus melakukan sosialisasi dan promosi, baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memastikan pesan yang disampaikan melalui platform digital dapat lebih efektif diterima oleh target audiens.

2. Untuk meningkatkan kepuasan nasabah, Bank Muamalat KCP Arjawinangun perlu fokus pada pemenuhan harapan nasabah dengan memberikan pengalaman pelayanan yang konsisten dan berkualitas tinggi. Selain itu, penting bagi pihak bank untuk memberikan pelatihan kepada pegawai agar mereka dapat melayani nasabah dengan lebih ramah dan cepat. Disarankan pihak bank memberikan penghargaan atau program loyalitas bagi nasabah setia, karena hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan mereka, seperti penawaran khusus.
3. Diharapkan agar pegawai Bank Muamalat KCP Arjawinangun terus memberikan layanan yang lebih baik, karena hal ini bisa meningkatkan kepuasan nasabah. Dan disarankan bagi Bank Muamalat KCP Arjawinangun untuk menyediakan layanan customer service agar nasabah yang datang dapat merasa lebih nyaman dan terbantu dengan cepat. Kehadiran customer service akan memberikan kemudahan bagi nasabah dalam mengakses informasi dan nasabah dapat dengan mudah mengajukan pertanyaan atau keluhan terkait layanan bank. Hal tersebut tidak hanya akan meningkatkan kepuasan nasabah, tetapi juga memperkuat hubungan antara bank dan nasabah.
4. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas sampel dengan melibatkan lebih banyak cabang Bank Muamalat serta mempertimbangkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.