

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan akhir dalam penelitian ini adalah:.

1. Secara parsial variabel produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Krian dengan nilai signifikansi sebesar 0.000.
2. Secara parsial variabel proses tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Krian dengan nilai signifikansi sebesar 0.103.
3. Secara parsial variabel promosi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Krian dengan nilai signifikansi sebesar 0.009.
4. Secara parsial variabel orang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Krian dengan nilai signifikansi sebesar 0.000.
5. Uji simultan menunjukkan semua variabel bebas ketika di uji secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel terikat, yaitu nilai *sig* F 0.000.

B. Saran

1. Bagi penelitian selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya apabila ingin meneliti tentang bauran pemasaran atau marketing mix, hendaknya menambah variabel bebas ataupun variabel terikatnya, karena variabel bebas dalam penelitian ini hanya bisa menjelaskan variabel terikat sebesar 61.6%.

2. Bagi Bank

Dengan melihat hasil dari penelitian ini, diharapkan pihak Bank lebih memperhatikan dan fokus tentang strategi yang berkaitan langsung dengan nasabah. Karena ada satu variabel yang tidak berpengaruh, yaitu pada variabel proses. Artinya mungkin untuk semua hal yang berkaitan dengan proses pelayanan, keluhan serta hal ihwal berkaitan dengan nasabah perlu mendapat perhatian yang lebih agar mendapatkan hasil yang sesuai diharapkan.

