

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini peneliti menguraikan ulasan mengenai simpulan penelitian, keterbatasan penelitian dan saran penelitian mendatang, serta implikasi penelitian yang terdiri dari implikasi teoritis dan implikasi praktis.

A. Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah bank syariah, yang kedua untuk menguji dan menganalisis pengaruh negatif persepsi harga terhadap kepuasan nasabah bank syariah, yang ketiga, untuk menguji dan menganalisis pengaruh negatif kualitas layanan terhadap *switching intention* nasabah bank syariah, dan yang terakhir adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif persepsi harga terhadap *switching intention* nasabah bank syariah. Lebih lanjut, peneliti menguji hipotesis penelitian tersebut secara empiris pada nasabah di 5 bank syariah terbesar di Indonesia berdasarkan indeks loyalitas nasabah yaitu Bank Muamalat Indonesia, Bank Syariah Mandiri, Bank CIMB Niaga Syariah, BCA Syariah dan Bank Mega Syariah (Arif & Nurasih, 2015). Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah bank syariah. Meningkatkan

kualitas layanan dalam suatu perusahaan akan meningkatkan kepuasan nasabah yang berdampak baik bagi perusahaan.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif persepsi harga terhadap kepuasan nasabah bank syariah. Semakin tinggi harga yang ditetapkan bank syariah, semakin rendah tingkat kepuasan nasabah terhadap bank syariah tersebut.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *switching intention*. Hasil ini kemungkinan disebabkan oleh beberapa dugaan seperti kualitas layanan bukan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi *switching intention*, melainkan ada faktor lain yang dapat mempengaruhi *switching intention*, seperti *involuntary switching intention*. Dugaan kedua dikarenakan adanya faktor pengalaman buruk yang dialami pelanggan. (Zhang : 2009). Ketiga, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa sehingga bisa jadi responden yang berstatus sebagai mahasiswa dan mayoritasnya penabung di bank syariah, tidak terlalu mementingkan kualitas layanan yang diberikan oleh bank syariah tersebut.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif persepsi harga terhadap *switching intention*. Harga yang diberikan perusahaan terlalu tinggi akan membuat konsumen beralih ke perusahaan lain dengan kata lain akan mengakibatkan *switching intention*.

B. Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian Mendatang

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan/kelemahan, diantaranya yaitu:

1. Kuesioner dalam penelitian ini tidak disebarakan secara merata dengan jumlah yang sama ke 5 bank syariah yang dijadikan objek penelitian dalam penelitian ini. Sehingga, mayoritas jawaban responden ditujukan untuk bank syariah mandiri dikarenakan responden didominasi oleh nasabah bank syariah mandiri. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menyebarkan kuesioner secara merata ke seluruh bank yang akan dijadikan objek penelitian, agar responden tidak hanya mendominasi salah satu bank syariah saja sehingga penelitian ini menjadi lebih akurat.
2. Mayoritas responden dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa dan juga yang berstatus penabung di bank syariah. Hal ini menjadikan penelitian ini tidak sempurna, karena hanya didominasi oleh satu kategori saja dengan selisih yang sangat jauh dengan kategori responden lainnya. Sebaiknya pada penelitian mendatang peneliti juga harusnya memperhatikan status responden saat ini dan status responden sebagai nasabah di bank syariah, tidak hanya didominasi oleh satu kategori saja.
3. Proses pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode survei untuk pengumpulan data, oleh karena itu peneliti tidak dapat menggali lebih dalam mengenai jawaban yang diberikan oleh

responden, sehingga jawaban yang diperoleh sangat memungkinkan terjadi bias antara jawaban responden dengan situasi yang sebenarnya terjadi. Penelitian selanjutnya disarankan agar peneliti tidak hanya menggunakan kuesioner penelitian, namun diharapkan agar dapat mengumpulkan informasi lebih lanjut dengan melakukan *interview* atau wawancara secara langsung kepada responden untuk memperoleh penjelasan yang lebih dalam mengenai fenomena yang sebenarnya terjadi dalam lingkungan organisasi.

C. Implikasi Penelitian

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis, yang dapat dijelaskan dalam penjelasan berikut ini:

1. Implikasi teoritis dari hasil penelitian ini yaitu dapat menjadi bukti empiris yang menjelaskan pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan nasabah dan *switching intention*, sehingga hasil penelitian diharapkan dapat memberi manfaat bagi kepentingan keilmuan yang kemudian dapat dijadikan sebagai acuan maupun referensi untuk penelitian mendatang. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas wawasan tentang kualitas layanan perbankan syariah bagi pembaca dan juga bagi peneliti yang nantinya akan melakukan penelitian dengan tema yang sama.
2. Implikasi praktis, hasil dari penelitian ini memberikan kontribusi yang sangat penting bagi para pengambil kebijakan dalam perusahaan,

khususnya dalam bank syariah. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa harus ada manajemen yang baik dalam kualitas layanan yang diberikan bank syariah terhadap nasabah untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Selain itu, perlu adanya pertimbangan yang tepat dalam penetapan harga yang juga mempengaruhi kepuasan nasabah dan *switching intention*, yang akan memberikan dampak baik/buruk terhadap perusahaan tersebut.

D. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini, peneliti merekomendasikan berupa saran-saran sebagai berikut :

1. Bank syariah sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, sudah seharusnya meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah, agar terciptanya kepuasan bagi nasabah di bank tersebut. seperti yang sudah peneliti bahas di bab-bab sebelumnya, kepuasan nasabah akan berdampak baik bagi perusahaan yang tentunya akan meningkatkan profotabilitas dari perusahaan khususnya bank syariah.
2. Bank syariah juga harus lebih memperhatikan penetapan harga yang akan dibebankan kepada nasabah. Hasil penelitian ini yang menunjukkan pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan nasabah dan *switching intention* sudah sangat jelas. Sehingga untuk tetap mempertahankan nasabah dengan cara meningkatkan kepuasan dan menghindari adanya *switching intention*, perusahaan haruslah bijak dalam menetapkan harga yang akan dibebankan kepada nasabah nantinya.