

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel berperilaku baik dan simpatik (*Shidq*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan di Bank BRISyariah KCP Weleri Kendal. Terlihat t hitung $3,154 > t$ tabel $1,992$ dengan tingkat sig. sebesar $0,002$ yang berarti berperilaku baik dan simpatik (*Shidq*) mempunyai andil dalam mempengaruhi kepuasan nasabah pembiayaan di Bank BRISyariah KCP Weleri Kendal.
2. Variabel berlaku adil dalam bisnis (*Al-Adl*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan di Bank BRISyariah KCP Weleri Kendal. Terlihat t hitung $0,821 < t$ tabel $1,992$ dengan tingkat sig. sebesar $0,414$ yang berarti berlaku adil dalam bisnis (*Al-Adl*) tidak mempunyai andil dalam mempengaruhi kepuasan nasabah pembiayaan di Bank BRISyariah KCP Weleri Kendal.
3. Variabel bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan di Bank BRISyariah KCP

- Weleri Kendal. Terlihat t hitung $0,356 < t$ tabel $1,992$ dengan tingkat sig. sebesar $0,723$ yang bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*) tidak mempunyai andil dalam mempengaruhi kepuasan nasabah pembiayaan di Bank BRISyariah KCP Weleri Kendal.
4. Variabel menepati janji dan tidak curang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan di Bank BRISyariah KCP Weleri Kendal. Terlihat t hitung $2,097 > t$ tabel $1,992$ dengan tingkat sig. sebesar $0,039$ yang berarti menepati janji dan tidak curang mempunyai andil dalam mempengaruhi kepuasan nasabah pembiayaan di Bank BRISyariah KCP Weleri Kendal.
 5. Variabel jujur dan terpercaya (*Al-Amanah*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan di Bank BRISyariah KCP Weleri Kendal. Terlihat t hitung $4,670 > t$ tabel $1,992$ dengan tingkat sig. sebesar $0,000$ yang berarti jujur dan terpercaya (*Al-Amanah*) mempunyai andil dalam mempengaruhi kepuasan nasabah pembiayaan di Bank BRISyariah KCP Weleri Kendal.
 6. Variabel etika syariah marketing secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan di Bank BRISyariah KCP Weleri Kendal. Terlihat F hitung sebesar $54,612 > F$ tabel $2,50$ dengan tingkat sig. $0,000$ yang berarti etika syariah marketing mempunyai andil dalam

mempengaruhi kepuasan nasabah pembiayaan di Bank BRISyariah KCP Weleri Kendal. Dengan tingkat *adjusted R square* sebesar 0,772 itu artinya etika syariah marketing yang terdiri dari berperilaku baik dan simpatik (*Shidq*), berlaku adil dalam bisnis (*Al-Adl*), bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*), menepati janji dan tidak curang, dan jujur dan terpercaya (*Al-Amanah*) mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 77,2% dan sisanya 22,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan diatas, dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Bank BRISyariah KCP Weleri Kendal
 - a. Bank BRISyariah KCP Weleri Kendal harus mempertahankan etika-etika syariah marketing yang sudah sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yaitu berperilaku baik dan simpatik (*Shidq*), menepati janji dan tidak curang, dan jujur dan terpercaya (*Al-Amanah*)
 - b. Karena berlaku adil dalam bisnis (*Al-Adl*) dan bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*) dalam penelitian ini tidak signifikan, diharapkan Bank BRISyariah KCP Weleri harus lebih kerja keras lagi untuk meningkatkan kualitas pelayanan terutama mengenai variabel tersebut. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan tersebut Bank BRISyariah

KCP Weleri Kendal dapat membuat inovasi-inovasi kebijakan baru yang lebih segar yang dapat membuat kepuasan nasabah akan semakin meningkat.

- c. Bank BRISyariah KCP Weleri Kendal diharapkan mampu memberikan layanan yang terbaik bagi nasabah. Menerapkan prinsip-prinsip syariah yang sebenarnya dengan meningkatkan marketing syariah dan meningkatkan pelayanan dengan maksimal.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan agar dapat :
- a. Menemukan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah, seperti tidak suka berburuk sangka (Su'udzhan), tidak suka menjelek-jelekan (Ghibah), atau variabel lain yang berhubungan dengan etika syariah marketing.
 - b. Memperluas referensi penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktot-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti merasa bahwa masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam melakukan penelitian. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya memfokuskan tentang etika syariah marketing pada variabel berperilaku baik dan simpatik (*Shidq*), berlaku adil dalam bisnis (*Al-Adl*), bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*), menepati janji dan tidak curang, jujur dan terpercaya (*Al-Amanah*)
2. Jumlah responden yang diteliti masih terbatas pada satu kantor cabang pembantu saja sehingga tidak merefleksikan keseluruhan kinerja Bank BRISyariah.