

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Dari hasil penelitian tentang “Pengaruh Strategi Pemasaran Syari’ah dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Di KSPPS Pringgodani Gajah Demak).” Maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil pengujian, bahwasanya Strategi Pemasaran Syari’ah berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada Kspps Pringgodani Demak dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,005$, nilai T hitung $> T$ tabel sebesar $19,976 > 1,985$. Berdasarkan hasil dari koefisien regresinya Strategi Pemasaran Syari’ah terdapat pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah. jadi apabila Strategi Pemasaran Syari’ah mengalami kenaikan 1 %, maka Kepuasan Nasabah akan mengalami kenaikan sebanyak 1,600. Adapun sebaliknya apabila *working capital turnover* mengalami penurunan 1% maka Kepuasan Nasabah akan mengalami penurunan sebanyak 1,600.
2. Berdasarkan hasil pengujian, bahwasanya Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada Kspps Pringgodani Demak dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,005$ dan T hitung $< T$ tabel sebesar $-15,108 < -1,985$. Berdasarkan hasil koefisien regresinya Kualitas Pelayanan berpengaruh negatif terhadap Kepuasan Nasabah. Jadi apabila Kualitas Pelayanan mengalami kenaikan 1 %, maka Kepuasan Nasabah akan mengalami kenaikan sebanyak 0,834. Begitupun sebaliknya apabila Kualitas Pelayanan mengalami penurunan 1% maka Kepuasan Nasabah akan mengalami penurunan sebanyak 0,834. Hal tersebut mengidentifikasikan bahwa jika Kualitas Pelayanan suatu perusahaan meningkat maka nilai Kepuasan Nasabah juga akan naik. .

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan ini, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak manajemen perusahaan diharapkan dapat mempertahankan atau meingkatkan strategi pemasaran atau kualitas pelayanannya sehingga perusahaan mendapatkan kepuasan nasabah atau kepercayaan dari nasabah yang lebih optimal.
2. Bagi peneliti berikutnya diharapkan dapat menambah variabel-variabel lain terkait dengan kepuasan nasabah, selain itu menggunakan pengukuran lain selain strategi pemasaran syariah dan kualitas pelayanan dalam mengukur kepuasan nasabah, karena masih banyak cara untuk mengukur kepuasan nasabah.

