

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat kita tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel teistis (*rabbaniyah*) (X1) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah BPRS Artha Mas Abadi Pati.. Terlihat $t_{hitung} (0,100) < t_{tabel} (1,985)$ yang berarti teistis (*rabbaniyah*) tidak mempunyai andil dalam mempengaruhi kepuasan nasabah BPRS Artha Mas Abadi Pati..
2. Variabel etis (*akhlaqiyah*) (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah BPRS Artha Mas Abadi Pati. Terlihat $t_{hitung} (2,502) > t_{tabel} (1,985)$ yang berarti etis (*akhlaqiyah*) mempunyai andil dalam mempengaruhi kepuasan nasabah BPRS Artha Mas Abadi Pati.
3. Variabel realistik (*al-waqi'iyah*) (X3) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah BPRS Artha Mas Abadi Pati. Terlihat $t_{hitung} (-0,796) < t_{tabel} (1,985)$ yang berarti realistik (*al-waqi'iyah*) tidak mempunyai andil dalam mempengaruhi kepuasan nasabah BPRS Artha Mas Abadi Pati.
4. Variabel humanistik (*al-insaniyyah*) (X4) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah BPRS Artha Mas Abadi Pati. Terlihat $t_{hitung} (1,927) < t_{tabel} (1,985)$ yang berarti humanistik (*al-insaniyyah*)

mempunyai andil dalam mempengaruhi kepuasan nasabah BPRS Artha Mas Abadi Pati.

5. Variabel karakteristik syari'ah marketing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah BPRS Artha Mas Abadi Pati.. Terlihat $F_{hitung} (2,770) > F_{tabel} (2,4645)$ yang karakteristik marketing syari'ah mempunyai andil dalam mempengaruhi kepuasan nasabah BPRS Artha Mas Abadi Pati.
6. Jadi diantara variabel teistis (*rabbaniyyah*), etis (*akhlaqiyyah*), realistik (*al-waqi'iyah*), humanistik (*al-insaniyyah*) yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah variabel etis (*akhlaqiyyah*)

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi BPRS Artha Mas Abadi di harapkan mampu memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi nasabah, menerapkan prinsip-prinsip syari'ah yang sebenarnya, dapat bekerja dengan profesional, serta selalu tanggap dengan segala kebutuhan nasabah dengan lebih cepat dan tepat, baik dalam memberikan bantuan yang dibutuhkan khususnya untuk nasabah yang kesulitan dalam membayar atau sudah jatuh tempo
2. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktot-faktor yang mempengaruhi kepuasan