

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data dan analisis yang diuraikan pada bab-bab sebelumnya, dapat diambil beberapa kesimpulan:

Pertama, pengujian yang dilakukan terhadap hipotesis 1 yaitu marketing syariah berpengaruh positif terhadap reputasi BTN Kantor Cabang Syariah Semarang . Parameter estimasi antara variabel marketing syariah dengan reputasi BTN Kantor Cabang Syariah Semarang yang dibentuk menghasilkan sebuah hubungan yang positif. Dapat dilihat pada pengujian t hitung yang dihasilkan dalam uji regresi sederhana nilai t hitung $>$ t tabel ($5,096 > 1,686$) sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini diterima pada tingkat signifikansi 5% Dapat juga dilihat dari *Standardized significance*. Dari penelitian ini di dapat *Standardized significance* sebesar 0.000, maka hipotesis ini diterima.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa marketing syariah yang dilakukan oleh BTN Kantor Cabang Syariah Semarang telah dapat dirasakan oleh nasabah, sehingga meningkatkan reputasi yang dimiliki oleh BTN Kantor Cabang Syariah Semarang itu sendiri. Hal ini tentunya dapat memberikan pelajaran yang berharga bagi BTN Kantor Cabang Syariah Semarang untuk tetap menjaga, meningkatkan, dan menerapkan prinsip-prinsip marketing

syariah agar reputasi BTN Kantor Cabang Syariah Semarang juga terjaga dengan baik.

Kedua, Berkenaan dengan pengujian hipotesis 2 yaitu marketing syariah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Parameter estimasi antar variabel marketing syariah dengan kepuasan nasabah yang diuji berdasarkan uji statistik regresi sederhana menunjukkan nilai t hitung $< t$ tabel ($1,558 < 1,686$), sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini tidak dapat diterima pada tingkat signifikansi 5%. Dapat juga dilihat dari *Standardized Regression Weights*. Dari penelitian ini di dapat *Standardized significance* sebesar 0.127 yang berada diatas taraf signifikan 0,05, maka hipotesis ini tidak dapat diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa marketing syariah tidak dapat berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Ketiga, pengujian yang dilakukan terhadap hipotesis 3. Reputasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Parameter yang disyaratkan dalam pengujian hipotesa uji t menunjukkan t hitung $> t$ tabel. Dari hasil uji t tersebut diperoleh t hitung 3,662. Hal ini berada jauh diatas nilai t tabel 1,686, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini dapat diterima pada tingkat signifikansi 5%. Dapat juga dilihat dari *Standardized significance* sebesar 0,001 yang berada dibawah taraf signifikan 0,05, maka hipotesis ini diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa reputasi berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah BTN Kantor Cabang Syariah Semarang.

Dengan kata lain nasabah akan merasa aman, prestisenya naik sehingga nasabah merasa puas jika mereka bermitra di bank yang memiliki reputasi yang baik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat disarankan sebagai berikut:.

a. Bagi Bank Tabungan Negara Syariah

Bagi Bank Tabungan Negara Syariah diharapkan mampu memberikan layanan yang terbaik bagi nasabah. Menerapkan prinsip-prinsip syariah yang sebenarnya, mempertahankan reputasi yang dimiliki dengan meningkatkan marketing syariah dan meningkatkan pelayanan dengan maksimal.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Metode pengujian yang dilakukan oleh peneliti masih sangat terbatas menggunakan uji pengaruh searah karena tidak terpenuhinya sampel size untuk itu, diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian dengan topik sejenis (marketing syariah, reputasi, dan kepuasan) dapat mengujinya kembali dengan metode pengujian dua arah (menggunakan analisis data *Struktural Equation Modeling*).

5.3 Penutup

Puji syukur Alhamdulillahirobbil ‘alamin dengan rahmat dan hidayat dari Allah SWT, maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan dan pembahasan skripsi ini masih banyak kekurangan, baik dalam segi bahasa, penulisan, penyajian, sistematika maupun analisisnya.

Akhirnya dengan memanjatkan doa mudah-mudahan skripsi ini membawa manfaat bagi pembaca dan bagi diri penulis, selain itu juga ,mampu memberikan hasanah ilmu pengetahuan yang positif bagi keilmuan Ekonomi Islam.