

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

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

1. Dari hasil pengujian *marketing syariah* terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Rabbani Semarang.
2. Berdasarkan hasil analisis dengan program SPSS versi 16.00 for windows dan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa pengaruh implementasi *marketing syariah* terhadap kepuasan pelanggan Rabbani Semarang adalah sebesar 70,3%. Dibuktikan dari hasil analisis data pada tabel uji koefisien determinasi (R^2) terlihat bahwa *R Square* adalah sebesar 0,703, ini artinya bahwa variasi perubahan variabel kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel bebas implementasi *marketing syariah* (X) sebesar 70,3%. Jadi besarnya pengaruh implementasi *marketing syariah* terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 70,3 %, sedangkan sisanya 29,7% dipengaruhi faktor lain diluar penelitian ini.
3. Persamaan regresi $Y = 0,311 + 0,934 X$. Dari persamaan regresi tersebut, dapat diketahui jika tidak ada kenaikan pada variabel x (*marketing syariah*), maka sesungguhnya nilai dari variabel Y (kepuasan pelanggan) sudah muncul sebesar 31,1 %. Jika ada penambahan 1% pada variabel X

(*marketing syariah*), maka akan menaikkan variabel Y (kepuasan pelanggan) sebesar 93,4 %.

5.2 Saran

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

1. Bagi Rabbani Semarang di harapkan mampu memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi pelanggan, menerapkan prinsip-prinsip syariah yang sebenarnya, dapat bekerja dengan profesional, serta selalu tanggap dengan segala kebutuhan pelanggan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktot-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.