

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan.

1. Pelayanan yang diberikan oleh PT. BNI Syariah Surabaya sebagian besar dinilai nasabah sudah baik, hal ini dibuktikan dari hasil penelitian yang menunjukkan persentase sebesar (91,0%) dengan tingkatan kategori baik, yaitu berada pada skor lebih dari (73,4%).
2. Keputusan nasabah tabungan dalam menggunakan produk tabungan PT. BNI Syariah Surabaya sudah dapat dikatakan kuat. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan persentase sebesar (79,0%) dengan tingkatan kategori kuat, yaitu berada pada skor lebih dari (73,4%).
3. Pelayanan memiliki dimensi pelayanan yang terdiri daya tanggap, keandalan, jaminan, empati, dan bukti fisik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah tabungan PT. BNI Syariah Surabaya. Semakin tinggi dimensi pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula keputusan nasabah terhadap penggunaan produk tabungan PT. BNI Syariah Surabaya. Hal ini dibuktikan melalui perhitungan regresi linier berganda, sehingga diperoleh nilai adjusted R Square (R^2) sebesar 0,507. Sebesar (50,7%) pelayanan yang terdiri dari daya tanggap, keandalan, jaminan, empati, dan bukti fisik berpengaruh

terhadap keputusan nasabah tabungan. Dan sisanya, sebesar (49,3%) dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Adapun persamaan model regresi linier berganda sebagai berikut.

$$Y=0,261X_1+0,365X_2+0,188X_3+0,190X_4+0,163X_5$$

Keterangan:

Y = Variabel Terikat/ *Dependent* (Pengambilan Keputusan)

X₁ = 0,261 (Daya Tanggap)

X₂ = 0,365 (Keandalan)

X₃ = 0,188 (Jaminan)

X₄ = 0,190 (Empati)

X₅ = 0,163 (Bukti Fisik)

Hasil uji F dengan nilai sebesar 7,272 atau signifikan sebesar 0,000 menunjukkan bahwa pelayanan yang terdiri dari daya tanggap, keandalan, jaminan, empati, dan bukti fisik secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

B. Saran.

Hendaknya kualitas pelayanan perlu dipertahankan PT. BNI Syariah Surabaya dengan mengacu pada dimensi pelayanan yang terdiri dari daya tanggap, keandalan, jaminan, empati, dan bukti fisik agar keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan dapat dipertahankan. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk menganalisis faktor lain selain faktor pelayanan seperti faktor lingkungan, konsumen individual, ataupun faktor stimuli pemasaran.

Pada metode penelitian untuk penelitian selanjutnya disarankan agar penarikan sampel sebaiknya menggunakan *random sampling*, agar data yang diperoleh lebih akurat dan terwakili secara keseluruhan populasi. Selain itu, disarankan untuk menggunakan analisis uji t agar dapat melihat faktor mana yang lebih dominan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan pada PT. BNI Syariah Surabaya.