

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Dago Bnadung, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Diferensiasi produk telah dilakukan dengan baik di Bank Syariah Mandiri KC Dago sehingga muncul beberapa produk yang menjadi ciri khas dari bank tersebut, contoh dari hasil penerapan diferensiasi produk adalah tabung investa cendekia. Hasil kuesioner untuk diferensiasi produk berada pada level sangat baik dengan jumlah skor 3.943 (88,5%) dari skor ideal 4.455, dan berada pada rentang klasifikasi antara 84.00% -100.0% maka hal tersebut berada pada kategori sangat baik.
2. Kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri KC Dago mengalami keadaan *fluktuatif*. Jika dilihat dari tabel jumlah nasabah pada tahun 2010-2014 jumlah nasabah tertinggi berada pada tahun 2013 dengan jumlah 13.475, sedangkan jumlah nasabah terendah berada pada tahun 2010 dengan jumlah 10.683. Hasil kuesioner untuk kepuasan konsumen berada pada level sangat baik pula, dimana perolehan jumlah skor dari kepuasan konsumen adalah 4.727 (87%) dari skor ideal 5.445, dan rentang klasifikasinya berada 84.0% - 100.0% maka hal tersebut berada pada kategori sangat baik.

3. Besarnya pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Dago Bandung sebesar 5,24%. Untuk pengujian hipotesis t hitung $>$ t tabel ($2,314 > 1,290$), artinya H_0 di tolak dan H_a diterima, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara Diferensiasi Produk terhadap Kepuasan Nasabah.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan atas analisis hasil penelitian, maka peneliti mengajukan beberapa saran, yaitu :

1. Meskipun diferensiasi produk sudah dilaksanakan dengan baik dan setiap kegiatan atau rancangan diferensiasi yang telah dilakukan menghasilkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah namun dalam poin pengaruh masih sangat kecil, hal ini dikarenakan kurangnya inovasi dan pembaharuan dalam hal diferensiasi produk yang dilakukan oleh pihak marketing bank syariah mandiri.
2. Kecilnya poin atau nilai pengaruh diferensiasi produk terhadap kepuasan nasabah dikarenakan masih banyak faktor lain yang tidak diteliti, karena bukan hanya diferensiasi produk saja yang mempengaruhi kepuasan nasabah, contoh faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah seperti *physical support* bank, *performance appraisal* karyawan bank dan masih banyak lagi lainnya. Maka peneliti menganjurkan agar penelitian selanjutnya agar meneliti faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah pada bank syariah mandiri.