BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini antara lain:

1. Ada pengaruh *Islamic Service Quality* terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{tabel} sebesar 3,986 dan nilai signifikansi 0,000.
2. Ada pengaruh *brand image* terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{tabel} sebesar 5,706 dan nilai signifikansi 0,000.
3. Ada pengaruh *Islamic Service Quality* dan *brand image* terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan secara simultan. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 44,202 dan tingkat signifikan sebesar 0.000.

B. Saran

Saran-saran penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti selanjutnya

   Penelitian ini hanya meneliti dua variabel yaitu *Islamic Service Quality* dan *brand image* dalam mempengaruhi dari kepuasan nasabah PT. BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan, sedangkan kepuasan nasabah dipengaruhi oleh banyak faktor. Untuk itu, peneliti selanjutnya dapat melanjutkan penelitian ini dengan variabel yang berbeda dengan penelitian ini, sehingga faktor-faktor dari kepuasan nasabah dapat dibuktikan secara statistic.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

2. Bagi PT. BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Islamic Service Quality* dan *brand image* mampu mempengaruhi dari kepuasan nasabah di PT. BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan. Pimpinan tentunya perlu lebih meningkatkan *Islamic Service Quality* dan *brand image* yang disesuaikan dengan kondisi sekarang.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN