

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian yang penulis cermati, diawali dengan tahap pengumpulan dan dilanjutkan dengan pengolahan dan analisis data mengenai pengaruh *emotional marketing*, *spiritual marketing*, dan *customer experience* terhadap kepuasan nasabah di Bank Jateng Cabang Syariah Kudus, kesimpulan berikut dapat ditarik:

1. *Emotional marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* Bank Jateng Cabang Syariah Kudus.
2. *Spiritual marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* Bank Jateng Cabang Syariah Kudus.
3. *Customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* Bank Jateng Cabang Syariah Kudus.
4. Faktor yang paling berpengaruh terhadap *customer satisfaction* yaitu pada faktor *customer experience*, hal ini dibuktikan dengan hasil dari uji koefisiensi determinasi maupun uji F.

### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, semoga dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Adapun saran yang diberikan oleh beberapa pihak sebagaimana berikut:

1. Bagi pihak perusahaan yaitu Bank Jateng Cabang Syariah Kudus sebagai tempat memberikan layanan jasa, dapat meningkatkan lagi perihal pemasaran dan lebih baiknya ruangan kantor diberikan alat pengedap suara supaya ketika nasabah melakukan sebuah transaksi kepada bank dan hal bising yang terdengar dari luar tidak mengganggu proses transaksi, ataupun yang sedang dibicarakan oleh kedua belah pihak saat proses transaksi tidak diketahui oleh orang yang lalu lalang diluar ruangan. Supaya

nasabah lebih merasa aman dan nyaman dengan hal yang akan dibicarakan, dan nasabah lebih merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank Jateng Cabang Syariah Kudus.

2. Bagi nasabah Bank Jateng Cabang Syariah Kudus harus bisa bersikap kooperatif dalam menentukan pilihan. Selalu mematuhi prinsip-prinsip yang ditetapkan oleh pihak bank kepada nasabah.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan dan acuan ketika melakukan penelitian. Dengan cara mengembangkan lagi penelitian menggunakan variabel lain ataupun menambahkan variabel lain yang nantinya dapat memberikan perbedaan serta memberikan pengetahuan lebih banyak terkait variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah (*customer satisfactioan*)

