

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan pengujian untuk mengetahui Pengaruh *Islamic Brand*, Pelayanan Syariah Dan Proses Syariah Terhadap *Corporate Image* Bank BNI Syariah Kantor Cabang Palembang yang didukung dengan teori-teori yang melandasi penelitian ini yang dibahas pada bab-bab sebelumnya, maka peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Islamic Brand* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Corporate Image* Bank BNI Syariah Kantor Cabang Palembang. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan *islamic brand* pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Palembang akan diikuti dengan penurunan nilai *corporate image* (citra perusahaan) secara signifikan dan sebaliknya.
2. Pelayanan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Image* Bank BNI Syariah Kantor Cabang Palembang. Hal ini menunjukkan bahwa apabila terjadi peningkatan kualitas pelayanan syariah yang diberikan oleh perusahaan syariah dapat diikuti peningkatan *corporate*

image dimata nasabah dan masyarakat secara signifikan dan sebaliknya.

3. Proses Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Image* Bank BNI Syariah Kantor Cabang Palembang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik proses dalam kinerja perusahaan yang berkelanjutan, kecepatan, kemudahan, keakuratan informasi, transparan, biaya yang sesuai dan pembagian keuntungan yang adil maka semakin meningkat pula *corporate image* secara signifikan dan sebaliknya.
4. *Islamic Brand*, Pelayanan Syariah dan Proses Syariah berpengaruh secara simultan terhadap *Corporate Image* Bank BNI Syariah Kantor Cabang Palembang. Hal tersebut menunjukkan bahwa *Islamic Brand*, Pelayanan Syariah Dan Proses Syariah yang ditawarkan atau diberikan perusahaan kepada nasabah secara bersama-sama dapat mempengaruhi *Corporate Image* Bank BNI Syariah Kantor Cabang Palembang dimata nasabah dan masyarakat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan sebelumnya, maka peneliti dapat mengemukakan beberapa saran dari hasil penelitian sebagai berikut :

1. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Palembang diharapkan untuk lebih memberikan variasi dalam mensosialisasikan atau mempromosikan kepada nasabah juga masyarakat mengenai pentingnya lembaga keuangan syariah khususnya bank dalam memenuhi kebutuhan transaksi keuangan umat muslim dan perusahaan juga dapat memperluas jangkauan pangsa pasar agar *corporate image* lebih dikenal baik oleh nasabah dan masyarakat.
2. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Palembang diharap untuk mempertahankan kualitas pelayanan syariah yang diberikan agar *corporate image* tetap positif atau baik dimata nasabah dan masyarakat.
3. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Palembang diharapkan untuk tetap mempertahankan proses syariah baik dalam segi kualitas, biaya maupun penyampaian kepada nasabah agar *corporate image* tetap positif..

4. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan untuk memperluas cakupan penelitian terkait variabel lain yang mempengaruhi *corporate image* dan juga dapat membandingkan antara Bank BNI Syariah Kantor Cabang Palembang baik dengan cabang lainnya ataupun bank lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Kitab dan Buku :

Al-Qur'an Al-Karim

Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa. 2014. *Manajemen Bisnis syariah*. Bandung: Alfabeta.

Alwi, Hasan. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Hafidhuuddin, Didin dan Hendri Tanjung. 2003. *Manajemen Syariah dalam Praktik*. Jakarta: GEMA INSANI PRESS.

Hendriyadi, Suryani. 2018. *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam Edisi Kedua*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Jasfar, Farida. 2005. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Jusmaliani. 2008. *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara.

Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2001. cet.3. Jakarta: Balai Pustaka.

Karim, Adiwarmanto. 2013. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Rajagrafindo.

Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustakan.

Kasmir. 2010. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Kotler, Philip. 1989. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Lupiyadi, Rambat dan A.Hamdana. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Masrukhin. 2008. *Statistik Inferensial (Aplikasi Program SPSS)*. Kudus: Media Ilmu Press.

- Mauludi, Ali. 2016. *Teknik Belajar Statistika 2*. Jakarta: Alim's Publishing.
- Muhajirin dan Maya Panorama. 2017. *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Ide Press Yogyakarta
- Muhammad, Firdaus. 2011. *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*. Jakarta :Bumi Aksar.
- Muhammad. 2014. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta : Rajagrafindo Persada.
- _____. 2012. *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali.
- Nawawi, Ismail. 2012. *Fiqh Mumalah: Klasik dan Kontemporer*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Priyanto, Dwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*. Yogyakarta: Medikom.
- _____. 2010. *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediako.
- Rambat Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Reza, Iredho Fani. 2016. *Metodologi Penelitian Psikologi Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*. Palembang: NeorFikri.
- Sugiono. 2016. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015..*Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto dan Danang. 2014. *Konsep Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CAPS.
- Supriyono. 2011. *Akuntansi Biaya, Perencanaan dan pengendalian biaya,serta pengambila keputusan*. Yogyakarta: BPFE.
- Susanto, A. B., dan Himawan Wijarnako. 2004. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: Quantum Bisnis dan Manajemen.

Tjiptono, Fandy. 2011. *Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta: Andi.

Jurnal, Skripsi dan Tesis :

Andespa, Roni. *Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Industri Perbankan Syariah dengan Konvensional*, Al-Masraf. Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan Vol.1(1): 78-91

Aniesa, dkk. 2012. *Dampak Merek, Pelayanan Dan Proses Dalam Sharia Marketing Value Serta Socially Responsible Investment* terhadap Citra Perusahaan dan Keputusan Investasi. Malang: Jurnal Aplikasi Manajemen Vol. 10 (4) : 821-831.

Aloysius dan Ike. 2011. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Citra Perusahaan di Olimart PT. Wina Wira Usaha*. Yogyakarta: Jurnal UMW.

Bafadhal dan Anisa Samiera. 2012. *Dampak Merek, Pelayanan, dan Proses dalam Sharia Marketing Value serta Socially Responsible Investment terhadap Citra Perusahaan dan keputusan Investasi (Survei pada Investor Divisi Syariah PT XYZ)*. Jakarta: Jurnal Aplikasi Manajemen. Vol. 10 (4): 822-831.

Brawijaya, Andri. 2016. *Persepsi Masyarakat Mengenai Kemitraan Bank Syariah Terhadap Reputasi Bank Syariah*. Jurnal Nisbah Vol.2(2) : 266

Budiono, Arief. 2017. *Penerapan Prinsip Syariah pada Lembaga Keuangan Syariah*. Jurnal Law and Justice. Vol. 2 (1): 56

Erwina, dkk. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Service Center*. Malang: Jurnal Ekonomi Bisnis. Vol.21 (1)

Hadiyati, Ernani. 2009. *Kajian Pendekatan Pemasaran Kewirausahaan dan Kinerja Penjualan Usaha Kecil*. Malang: Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol. II (2): 186

- Hidayat, Cecep dan Pritha Putri Warahapsara. 2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Terhadap Citra Perusahaan Dan Loyalitas Nasabah*. Jurnal Manajemen Vol. 1 (2).
- Hisannudin, Iip Irawan. 2015. *Pengaruh Citra Merek Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Di Kota Bandung)*. Bandung: Jurnal SCIENTICA, Vol. II(2).
- Junusi, Rahman El. 2012. *Implementasi syariah Governance, serta Implikasinya terhadap reputasi dan kepercayaan bank syariah*, dalam annual International Conference on Islamic Studies (AICIS XII).
- Krismanto, Adi. 2009. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah*. Universitas Diponegoro.
- Marlius, Doni. 2016. *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah dalam Menabung pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh*. Padang: Jurmak Vol. 03 (1): 14
- Miftah, Ahmad. 2015. *Mengenal Marketing dan Marketers Syariah*. Banten: Jurnal Ekonomi Islam Vol. 6 (2) : 16
- Misbach, Irwan. *Pengaruh Islamic Bank Service Quality terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah Bank Umum Syariah*. Jurnal Telaah Ekonomi dan Bisnis Islam. Vol. 1 (1).
- Nabila, Nuzul Inas. 2018. *Pengaruh Perubahan Logo (Rebranding) Terhadap Citra Perusahaan Pada PT Bank BRI Tbk*. Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma Vol. 2 (1).
- Normasari, Selvy. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan*. Malang: Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 6(2)
- Nuzul & Febriansyah. 2014. *Pengaruh Logo Baru PT. Telkom, Tbk terhadap Citra Perusahaan*. Ekonomika-Bisnis Vol. 5(2): 101-116.

- Nurjanah, Risna. dkk. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan*. Jurnal Muqtasid Vol. 9 (1)
- Pangandaheng, Fony. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Hadji Kalla Palu*. Palu: Katalogis Vol. 3(2)
- Partini, Siti Titta. 2017. *Pengaruh Promosi Dan Proses Terhadap Citra Perusahaan Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Konsumen (Suvey Pada Nasabah Kredit PD. BPR LPK Sawangan Kota Depok*. Jurnal Thesis Program Study Magister Manajemen, Universitas Pasundan.
- Pratama, M. Ichsan. 2015. *Pengaruh Rebranding Terhadap Citra Bank Jambi Pada Nasabah (Studi Pengaruh Perubahan Nama, Logo, Slogan Dan Frontliner Terhadap Citra Bank Jambi Pada Nasabah Kantor Cabang Utama)*. Jurnal Kajian Komunikasi Vol. 3 (2).
- Putra, Rizky Pratama dan Sri Herianingrum. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan dan Loyalitas Naabah Bank BRI Syariah Surabaya*. Surabaya: JESTT.Vol. 1(9).
- Putri, Wury Indahsari. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Serta Citra Perusahaan dalam Membangun Loyalitas Konsumen PT. KAI, Parahyangan*: E-Jurnal Graduate Unpar. Vol. 1(2): 141-149.
- Satriyanti, Evi Oktaviani. 2012. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya*. Surabaya: Journal of Business and Banking. Vol. 2(2): 174

- Selvy, dkk. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan*, Malang: Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 6(2): 1-9
- Sukhmono, Brilyan Rahmat. 2011. *Pengaruh Lembaga “Syariah” Pada Lembaga Perbankan Terhadap Jumlah Nasabah BNI Syariah Cabang Jakarta Selatan*. Syarif Hidayatullah. Diunduh Pada 9 Maret 2020.
- Sulistiyani, Zuanita Amalia. 2017. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Dengan Dimensi Carter*. Skripsi. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Susetyoko. 2010. *Pengaruh Citra Perusahaan Pada Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Jasa Telekomunikasi Indosat)*. Tesis.
- Tabé, Ridwan. 2013. *Sistem Informasi Akuntansi (SIA) dalam Meningkatkan Kepercayaan dan Pelayanan Perbankan Syariah*. Manado. Jurnal Imiah Al-Syir’ah Vol. 11(1).
- Tingkir, Cindy Fransisca. 2014. *Pengaruh Identitas Merek terhadap Loyalitas Merek melalui Citra Merek dan Kepercayaan Merek Toyota*. Surabaya: Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 8 (2)
- Wulandari, Alinda. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Tabungan IB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah Cabang Palembang JL. Jendral Sudirman KM 3,5*. Palembang: Universitas Negeri Islam Raden Fatah Palembang.
- Wusko, Any Urwatul. 2016. *Pengaruh Merek Syariah, Pelayanan Syariah dan Proses Syariah terhadap Corporate Image*. Pasuruan: Jurnal Ekonomi Islam Vol. 8 (1): 136-150.
- Yuhanna. 2018. Skripsi. *Analisis Kualitas pelayanan Berbasis Prinsip Syariah Pada PT BPRN Puduarta Insani Tembung*. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Yulimindra, Irawan. 2015. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Inovasi Terhadap Citra Perusahaan Dan Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Riau Kepri*. Jurnal Tepak Manajemen Bisnis Vol. 7 (3).

Website :

Agustin, Feny Maulia. 2019. Artikel. Ini Pertimbangan Nasabah Memilih Bank Konvensional Dibanding Syariah. Palembang: IDN Times dalam www.sumsel.idntimes.com diakses Februari 2020.

Bank Indonesia, PBI No. 11/33/2009 Tentang Pelaksanaan *Good Corporate Governance* Pada Bank Umum Syariah Dan Unit Usaha Syariah. Jakarta. Dalam www.bi.go.id diakses 28 Januari 2020

BNI Syariah. *Profile Perusahaan*. Dalam <https://www.bnisyariah.co.id> diakses pada tanggal 10 Mei 2020.

BNI Syariah. *Visi & Misi*. Dalam <https://www.bnisyariah.co.id> diakses tanggal 10 Mei 2020.

Fianuddin, Agus. 2020. Artikel. *Bank Syariah, mSyariahkah?*. Dalam www.tribunnews.com diakses 28 Februari 2020.

Hakim, A. Rahman. 2015. Jurnal. *Strategic Citra Perusahaan (Corporate Image) pada PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk*, Jakarta. Dalam www.repostory.uinjkt.ac.id diakses 20 Januari 2020

Ihsan, Dedy. 2019. Artikel. Opini: *Ada Apa dengan Bank Syariah?*. Dalam www.m.harianjogja.com diakses 20 Februari 2020.

Sutalaksana, Dahlan M. 1993. *Strategi Membangun Citra Perbankan dan Antisipasi Krisis*. Jakarta: IFBI/IKP. Data Publikasi OJK (Statistik Perbankan Syariah) dari www.ojk.go.id diakses pada 28 Januari 2020.

Syahfitri, Ewi Anggun. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BNI Syariah*

Cabang Kota Bengkulu. Bengkulu dalam repository.iainbengkulu.ac.id/id/eprint/3467 diakses 1 februari 2020.

Zakariya, Dhien Adi. 2011. *Penerapan Syariah Marketing dan Pengaruhnya terhadap Citra Lembaga Leasing Syariah “Danaku Syariah” Cabang Semarang.* Semarang dalam www.eprints.walisongo.ac.id di akses 25 Januari 2020.