

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Bab ini akan menguraikan kesimpulan hipotesis dari analisis yang diuraikan pada bab sebelumnya dan saran. Pada bagian pertama akan dijelaskan secara ringkas mengenai kesimpulan hasil hipotesis. Pada bagian berikutnya adalah saran kepada perusahaan dimana Peneliti melakukan penelitian dan saran untuk penelitian mendatang serta penyampaian keterbatasan penelitian merupakan bagian khusus yang menjelaskan kendala-kendala yang membatasi penelitian ini.

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Pasuruan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, didapat persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 1,392 + 0,182 X_1 + 0,052 X_2 + 0,178 X_3$$

2. Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah ( $Y$ ) dengan Nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $3,559 > 1,972$ ), maka  $H_0$  ditolak, artinya secara parsial ada pengaruh signifikan antara kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap loyalitas nasabah ( $Y$ ).

Sehingga  $H_1$  : Semakin baik kualitas produk ( $X_1$ ), maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas nasabah (Y).

3. Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah (Y) dengan Nilai t hitung  $>$  t tabel ( $2,646 > 1,972$ ), maka  $H_0$  ditolak, artinya secara parsial ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap loyalitas nasabah (Y).

Sehingga  $H_2$  : Semakin baik kualitas pelayanan ( $X_2$ ), maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas nasabah (Y).

4. Variabel Citra Perusahaan ( $X_3$ ) memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah (Y) dengan Nilai t hitung  $>$  t tabel ( $3,192 > 1,972$ ), maka  $H_0$  ditolak, artinya secara parsial ada pengaruh signifikan antara citra perusahaan ( $X_3$ ) terhadap loyalitas nasabah (Y).

Sehingga  $H_3$  : Semakin baik citra perusahaan ( $X_3$ ), maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas nasabah (Y).

5. Variabel kualitas produk adalah variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah, hal ini dapat dilihat pada nilai t hitungnya sebesar 3,559.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian sebagaimana berikut ini :

### **1. Saran Untuk Perusahaan**

Meskipun dari hasil penelitian menunjukkan pengaruh signifikan kualitas pelayanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Pasuruan. Namun perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan terutama pada kecepatan karyawan dalam melayani nasabah, untuk mempertahankan loyalitas nasabah. Karena kualitas pelayanan yang cepat akan menimbulkan kepuasan nasabah sehingga mendorong nasabah untuk loyal kepada perusahaan dengan bertransaksi secara rutin, mencoba produk dan layanan lain PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Pasuruan. Selain itu nasabah akan mudah merekomendasikan kepada orang lain untuk menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Pasuruan dan nasabah tidak berkeinginan untuk berpindah ke bank syariah lainnya.

### **2. Saran Untuk Penelitian Mendatang**

- a. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terhadap faktor-faktor selain kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Pasuruan. Hal ini dikarenakan, dalam penelitian ini ketiga variabel tersebut hanya mampu menjelaskan 37,3

persen yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Penelitian ini belum memasukkan variabel atas aspek lain yang mungkin dapat mempengaruhi dan menyempurnakan hasil penelitian ini.

- b. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk meneliti kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan yang mempengaruhi loyalitas nasabah dengan bank-bank syariah lainnya sehingga dapat dijadikan pembandingan sekaligus melengkapi penelitian selanjutnya.
- c. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk mencari ruang lingkup responden yang berbeda dan lebih luas dari penelitian ini. Sampel yang digunakan sebaiknya juga lebih banyak daripada sampel dalam penelitian ini, dengan demikian penelitian lanjutan tersebut dapat semakin memberikan gambaran yang lebih baik mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini juga masih memiliki keterbatasan-keterbatasan. Dengan keterbatasan ini, diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini antara lain :

1. Jumlah responden belum bisa menggambarkan kondisi riil yang sesungguhnya.

2. Hasil pengisian kuesioner masih terdapat beberapa yang berisi jawaban kosong, hal ini dikarenakan aktivitas beberapa responden yang cukup padat dan jumlah pertanyaan terbuka yang cukup banyak.