BAB VI

PENUTUP

A. Simpulan

Hasil tentang penelitian tentang pengaruh *Islamic service quality*, pengalaman, reputasi perusahaan terhadap kepercayan dan loyalitas nasabah dengan metode *Partial Least Square* menunjukkan bahwa:

1. Variabel *Islamic service quality* dengan nilai $t_{statistic}$ 3,024 dan *p-value* 0,003 berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepercayaan nasabah.
2. Variabel *Islamic service quality* dengan nilai $t_{statistic}$ 0,017 dan *p-value* 0,987 tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah.
3. Variabel pengalaman dengan nilai $t_{statistic}$ 0,392 dan *p-value* 0,695 tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepercayaan nasabah.
4. Variabel pengalaman dengan nilai $t_{statistic}$ 1,960 dan *p-value* 0,050 tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah.
5. Variabel reputasi perusahaan dengan nilai $t_{statistic}$ 2,116 dan *p-value* 0,035 berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepercayaan nasabah.
6. Variabel reputasi perusahaan dengan nilai $t_{statistic}$ 18,209 dan *p-value* 0,000 berpengaruh secara signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah.
7. Variabel kepercayaan nasabah dengan nilai $t_{statistic}$ 2,272 dan *p-value*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

0,024 berpengaruh secara signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah.

Selanjutnya nilai *R-Square* untuk kepercayaan adalah 0.164. Artinya, *Islamic service quality*, pengalaman, dan reputasi perusahaan mempunyai kontribusi positif terhadap kepercayaan sebesar 16,4% dan 83,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Selanjutnya, loyalitas dipengaruhi secara positif oleh *Islamic service quality*, pengalaman, reputasi perusahaan, dan kepercayan sebesar 0,732. Artinya, kontribusi reputasi perusahaan, dan kepercayan sebesar 0,732. Artinya, kontribusi *Islamic service quality*, pengalaman, reputasi perusahaan, dan kepercayan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 73,2%. Adapun sisanya 26,8 % dipengaruhi oleh faktor lain.

B. Saran

Dalam rangka pengembangan teori mengenai kepercayaan dan loyalitas, bagi peneliti berikutnya diharapkan:

1. Menambah indikator dan/atau variabel penelitian yang belum dimasukkan dalam model penelitian ini, baik yang mempengaruhi variabel kepercayaan dan loyalitas.
2. Jumlah sampel sebaiknya diperbesar sehingga hasilnya lebih representatif dan bisa digunakan untuk menggeneralisir kondisi yang sesungguhnya terjadi di lapangan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id