

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Sehubungan dengan hasil penelitian dan analisa data yang sudah dijelaskan peneliti dalam pembahasan sebelumnya, maka bisa diambil simpulan penelitian yang berjudul pengaruh kepercayaan, experiential marketing serta kualitas pelayanan islami pada loyalitas nasabah di KSPPS BMT BUS Cabang Utama Demak diantaranya yaitu:

1. Hasil dari pengujian pertama adalah dampak kepercayaan pada loyalitas nasabah dalam KSPPS BMT BUS Cabang Utama Demak menghasilkan nilai  $t_{hitung}$  sejumlah 6,243 dan nilai  $t_{tabel}$  1,988 serta nilai p value (sig) 0,000 kurang dari 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Dalam hal tersebut dapat diartikan  $t_{hitung}$  lebih tinggi dari  $t_{tabel}$  ( $6,243 > 1,988$ ), sehingga dapat dikatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan Hipotesis awal ( $H_1$ ) diterima. Dengan demikian kepercayaan merupakan variabel bebas yang terpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas nasabah di KSPPS BMT BUS Cabang Utama Demak Tahun 2015-2019.
2. Hasil pengujian kedua adalah pengaruh *experiential marketing* terhadap loyalitas nasabah di KSPPS BMT BUS Cabang Utama Demak menghasilkan nilai  $t_{hitung}$  sebanyak 1,998 pada nilai  $t_{tabel}$  1,988 serta nilai p value (sig) 0,049 yang kurang dari 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Hal tersebut artinya  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $1,998 > 1,988$ ). Oleh sebab itu,  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa *experiential marketing* adalah variabel bebas yang memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap loyalitas nasabah pada KSPPS BMT BUS Cabang Utama Demak Tahun 2015-2019.
3. Hasil pengujian ketiga adalah pengaruh dari kualitas pelayanan islami terhadap loyalitas nasabah pada KSPPS BMT BUS Cabang Utama Demak menghasilkan nilai  $t_{hitung}$  sejumlah 3,330 dan nilai  $t_{tabel}$  1,988 serta nilai p value (sig) 0,001 lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Hal tersebut membuktikan bahwa  $t_{hitung}$  lebih tinggi dari  $t_{tabel}$  ( $3,330 > 1,988$ ), maka dapat dikatakan  $H_0$  ditolak serta  $H_3$

diterima. Demikian halnya bahwa kualitas pelayanan islami yaitu variabel bebas yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di KSPPS BMT BUS Cabang Utama Demak Tahun 2015-2019.

4. Kepercayaan, experiential marketing dan kualitas pelayanan islami secara keseluruhan berpengaruh secara signifikan kepada loyalitas nasabah. Hal ini dapat ditetapkan melalui hasil dari nilai  $F_{hitung}$  sebesar 46,682 lebih tinggi dari  $F_{tabel}$  (2,71) untuk tingkat signifikansi sejumlah 0,000 yang berarti dibawah 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Hal ini berarti  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $46,682 > 2,71$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima. Sehingga kepercayaan, experiential marketing dan kualitas pelayanan islami merupakan variabel bebas yang berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah di KSPPS BMT BUS Cabang Utama Demak Tahun 2015-2019.

## B. Saran-Saran

Berlandaskan simpulan diatas, maka pendapat yang bisa diberikan antara lain:

1. Diharapkan KSPPS BMT BUS Cabang Utama Demak dalam pengembangan ilmu pengetahuan dibidang marketing hendaknya selalu menciptakan teknik marketing dan strategi pemasaran terbaik dalam memberikan pengalaman yang sangat berkesan pada nasabah tentang suatu produk pengalaman tersebut yang kemudian akan menciptakan ikatan dan loyalitas produk yang lebih kuat, selain itu juga harus dibarengi dengan tetap mempertahankan kualitas pelayanan islami supaya konsumen maupun nasabah selalu loyal serta masyarakat luas pun terdorong dalam melakukan transaksi pada KSPPS BMT BUS Cabang Utama Demak. Adapun calon nasabah ataupun konsumen yang belum memahami landasan hukum syariah oleh sebab itu dibutuhkan seperti halnya sarana pendukung seperti sampel produk, pamflet maupun brosur sederhana biar konsumen terbimbing dengan bagus mengenai suatu hal yang tidak diperbolehkan pada saat transaksi seperti halnya riba dan sistem bunga. Menjalni interaksi yang baik dan saling memberikan manfaat adalah sesuatu perkara yang sangat

dibutuhkan bagi karyawan KSPPS BMT BUS Cabang Utama Demak. Hubungan tersebut terjalin karena adanya suatu kepercayaan kedua belah pihak, terutama pihak KSPPS BMT BUS Cabang Demak yang harus lebih amanah dan mengutamakan kejujuran dalam bertransaksi supaya nasabah dapat terpuaskan. Akhirnya loyalitas nasabah bisa selalu terjaga sampai tercapai tahapan loyalitas yang paling tinggi.

2. Dalam melihat variabel bebas pada riset ini adalah suatu masalah utama yang bisa mengubah loyalitas nasabah, diinginkan bagi peneliti yang meneliti dengan topik yang sama disarankan untuk menambah variabel-variabel lain dari penelitian sebagai bahan perbandingan agar dari hasil penelitian bisa menyempurnakan dari penelitian sebelumnya.

### **C. Penutup**

Demikian akhir dalam penulisan skripsi ini, peneliti merasa bersyukur atas kearibaan Allah SWT yang telah menganugerahkan kekuatan, rahmat, petunjuk serta pertolongan-Nya, sehingga peneliti bisa mengerjakan tugas akhir skripsi dengan baik. Peneliti memahami bahwasanya penulisan tugas akhir penelitian ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, peneliti menginginkan kritik dan pendapat dari berbagai pihak untuk pembaruan selanjutnya. Harapan peneliti, semoga penelitian tugas akhir skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi pembaca serta dapat dijadikan sebagai referensi tambahan pada penelitian selanjutnya. Amiin...