

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

1. Nilai fungsional bangunan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Nilai fungsional bangunan tercipta dari suasana dalam bangunan yang mendukung kenyamanan dalam transaksi nasabah. Hal ini akan memunculkan keinginan nasabah untuk selalu kembali bertransaksi di Pegadaian Syariah UPS Ronggolawe Kudus.
2. Nilai profesionalisme berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Nilai profesionalisme sendiri merupakan nilai yang diberikan oleh nasabah mengacu pada kecakapan karyawan saat melayani nasabah. Pegawai yang profesional dapat memberikan layanan yang baik serta dapat membantu nasabah menyelesaikan permasalahan yang dialami membuat nasabah senang untuk melakukan transaksi terus-menerus.
3. Nilai kualitas berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Nilai kualitas mengacu pada persepsi kinerja dan performa produk dan layanan yang sesuai dengan harapan nasabah. Kualitas layanan yang baik dapat menimbulkan kepuasan dalam diri nasabah, meningkatkan citra baik perusahaan, bahkan dapat menarik nasabah baru melalui kesan positif yang dideskripsikan dari mulut ke mulut.
4. Nilai harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dikarenakan karakteristik responden yang ditemui dalam penelitian ini berpendapat bahwa harga yang harus dibayarkan nasabah tidak mempengaruhi keputusan untuk bertransaksi ulang selama keuntungan yang ditawarkan masih masuk akal diiringi dengan adanya kualitas pelayanan yang baik.
5. Nilai emosional berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Nilai emosional mengacu pada perasaan yang ditimbulkan saat menggunakan produk dan layanan. Nilai emosional juga memiliki hubungan dengan variabel kualitas. Apabila perusahaan meningkatkan kualitas produk dan layanan, emosional positif yang ada pada diri nasabah juga akan meningkat.
6. Nilai sosial tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, dikarenakan karakteristik responden yang ditemui dalam penelitian ini tidak terlalu memperdulikan kesan sosial dalam menggunakan produk, faktor lain yang memicu keinginan nasabah untuk terus menggunakan produk lebih dipengaruhi oleh prospek keuntungan yang menjanjikan.

7. Nilai spiritual tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, dikarenakan karakteristik responden yang ditemui justru tidak terlalu memperdulikan nilai spiritual yang ada akibat kurangnya literasi serta pemahaman tentang keuangan syariah Faktor lain yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk terus bertransaksi lebih melihat pada faktor pemasaran yang terus-menerus dilakukan oleh pegawai Pegadaian Syariah UPS Ronggolawe Kudus.
8. Nilai fungsional bangunan, nilai profesionalisme, nilai kualitas, nilai harga, nilai emosional, nilai sosial, serta nilai spiritual berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah. Meskipun tidak semua dimensi variabel *customer perceived value* (CPV) dalam penelitian ini menunjukkan hubungan yang positif/berpengaruh dan menunjukkan perbedaan dengan penelitian oleh *University of Western Australia*. Perbedaan hasil temuan yang ditunjukkan dikarenakan adanya perbedaan pengukuran persepsi nilai oleh nasabah yang akan terus menjadi ilmu berkembang di masa ini. Selain itu terdapat kemungkinan perbedaan hasil penilaian nasabah dari objek penelitian satu ke objek penelitian lain sesuai dengan karakteristik nasabah atau *customer* dalam suatu perusahaan.

B. Saran-Saran

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Pada penelitian ini, variabel *customer perceived value* (CPV) mempengaruhi variabel loyalitas nasabah hanya sebesar 19,7%, sedangkan 80,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel CPV sangat lemah untuk mempengaruhi loyalitas nasabah. Dengan demikian, disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk menambahkan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah dalam berinvestasi emas, sehingga dapat memperoleh pengetahuan yang lebih luas dari informasi yang lebih lengkap.

2. Bagi Pihak Pegadaian Syariah UPS Ronggolawe Kudus

Bagi pihak Pegadaian Syariah UPS Ronggolawe Kudus diharapkan tetap dapat memperhatikan aspek-aspek yang menjadi penilaian nasabah, diantaranya nilai fungsional bangunan, nilai profesionalisme, nilai kualitas, nilai harga, nilai emosional, nilai sosial, serta nilai spiritual. Nilai-nilai tersebut murni berasal dari nasabah atas performa produk dan layanan yang diberikan oleh Pegadaian Syariah UPS Ronggolawe Kudus. Keputusan nasabah

untuk tetap bertahan atau berhenti menggunakan produk dipengaruhi oleh nilai-nilai yang dirasakan. Meskipun dalam penelitian ini tidak semua nilai yang disebutkan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, tetapi nilai tersebut harus selalu diperhatikan untuk mempertahankan citra Pegadaian Syariah. Sesuai dengan hasil penelitian lapangan yang diperoleh, cara untuk mempertahankan dan meningkatkan penilaian nasabah dapat dilakukan dengan:

- a) Dalam dimensi nilai fungsional bangunan terdapat instrument berupa “lokasi Pegadaian Syariah UPS Ronggolawe sangat mudah ditemukan dan diakses nasabah”. Namun dari tanggapan sebagian besar responden dalam penelitian ini, akses nasabah untuk bertransaksi ke kantor pegadaian masih susah. Kantor Pegadaian Syariah hanya ada 1 di Kabupaten Kudus membuat responden berharap agar Pegadaian Syariah dapat menambah unit cabang di Kabupaten Kudus. Saat ini memang sudah ada layanan digital untuk nasabah, namun masih banyak nasabah yang ingin bertransaksi secara langsung dibandingkan bertransaksi secara *online*.
- b) Nilai profesionalisme mendapatkan penilaian dalam kriteria baik oleh responden, nilai profesionalisme dapat dipertahankan atau ditingkatkan dengan pemberian pelatihan profesi kepada seluruh karyawan Pegadaian Syariah UPS Ronggolawe Kudus agar menjadi karyawan yang terampil dan dapat terus melakukan pelayanan yang prima kepada nasabah.
- c) Nilai kualitas mendapatkan penilaian dalam kriteria baik oleh responden, nilai kualitas dapat terus dipertahankan dan ditingkatkan oleh Pegadaian Syariah UPS Ronggolawe Kudus melalui peran karyawan *front office* yang melakukan kontak pertama dengan nasabah saat melakukan transaksi. Diantara melalui optimalisasi pelayanan *front office* yang selalu memberikan pelayanan ramah kepada nasabah, serta selalu menerima masukan nasabah dan senantiasa meningkatkan kualitas pelayanan atas masukan yang diterima.
- d) Meskipun nilai harga tidak menunjukkan hubungan dengan loyalitas nasabah, namun Pegadaian Syariah UPS Ronggolawe Kudus diharapkan tetap memberikan harga yang wajar dan ekonomis kepada nasabah atau calon nasabah dalam menikmati peorduknya. Tentunya penentuan harga dalam lembaga syariah harus disesuaikan dengan syariat Islam bahwa dalam kepurusan pemberian harga harus disesuaikan dengan manfaat yang akan diterima oleh pembeli, tidak boleh mengurangi produk yang

telah dijanjikan, serta tidak membebankan biaya tambahan hanya untuk memperoleh keuntungan yang besar.

- e) Nilai emosional mendapatkan penilaian dalam kriteria cukup baik oleh responden, nilai emosional dapat terus dipertahankan dan ditingkatkan oleh Pegadaian Syariah UPS Ronggolawe Kudus melalui peran karyawan *front office* yang dapat menciptakan kesan positif saat kontak langsung dengan nasabah saat melakukan transaksi. Selain itu, nilai emosional dapat ditingkatkan dengan mempertahankan pemberian keamanan dalam transaksi nasabah, serta pemberian transparansi (keterbukaan) dalam transaksi nasabah dengan karyawan pegadaian syariah.
- f) Nilai sosial dapat dipertahankan dan ditingkatkan dengan menonjolkan keunggulan produk investasi emas, terutama pada produk tabungan emas yang dimiliki oleh Pegadaian Syariah UPS Ronggolawe Kudus dibandingkan dengan produk investasi emas yang dimiliki oleh lembaga lain, meningkatkan konsep pemberian produk dan layanan sesuai dengan harapan nasabah, misalnya dengan memberikan bonus kepada nasabah yang loyal.
- g) Nilai spiritual dalam penelitian ini merupakan nilai yang tidak terlalu diperhatikan karena kurangnya literasi responden terkait keuangan syariah. Akan tetapi Pegadaian Syariah UPS Ronggolawe Kudus harus mampu mempertahankan serta menonjolkan nilai spiritual yang dimiliki, sebab Pegadaian Syariah sudah memiliki branding sebagai lembaga gadai syariah pertama dan memiliki citra positif dalam masyarakat Indonesia. Dalam rangka meningkatkan nilai spiritual, Pegadaian Syariah UPS Ronggolawe Kudus dapat menyertakan sosialisasi terkait prinsip-prinsip syariah yang ada dalam produk yang dimiliki agar nasabah maupun calon nasabah mengetahui nilai-nilai syariah yang terkandung dalam produk maupun operasional Pegadaian Syariah.