

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman komprehensif tentang keterkaitan antara kualitas layanan, *brand image*, dan loyalitas nasabah dalam konteks spesifik KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe, penelitian ini merupakan penelitian korelasi dengan pendekatan kuantitatif dan sampel sebanyak 96 responden yaitu nasabah KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe. Adapun hasil penelitian ini adalah :

1. Kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe. Wujud nyata pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah diwujudkan melalui komitmen teguh KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe dalam menjaga standar kualitas layanan yang tinggi. Standar-standar ini berkisar pada transparansi, kepercayaan, daya tanggap, dan profesionalisme. Dedikasi cabang ini dipusatkan pada pemberian solusi keuangan yang jelas dan etis kepada nasabahnya sekaligus memastikan perhatian yang cepat dan penuh hormat terhadap kebutuhan nasabah. Selain itu, KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe secara aktif mendorong umpan balik nasabah selama dan setelah interaksi, menggunakan survei dan keterlibatan media sosial sebagai saluran bagi nasabah untuk berbagi pemikiran nasabah. Pendekatan yang berpusat pada nasabah ini bertujuan untuk memanfaatkan masukan nasabah untuk terus meningkatkan kualitas layanan.
2. *Brand image* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe. Faktor-faktor yang mendasari pengaruh *brand image* terhadap loyalitas nasabah di cabang bermacam-macam. Kuncinya di antaranya adalah keterlibatan nasabah, yang merupakan elemen penting dalam membina hubungan personal antara KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe dengan nasabahnya. Koneksi pribadi ini berfungsi untuk memperkuat ikatan antara merek dan pengalaman nasabah yang positif, sehingga menumbuhkan loyalitas nasabah. Nasabah yang terlibat menunjukkan kecenderungan yang lebih tinggi untuk tetap setia dan secara aktif mendukung layanan cabang. Selain itu, KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe secara strategis menekankan proposisi nilai unik dalam upaya pemasarannya, dengan cermat menciptakan *brand image* yang berkesan dan berbeda. Penekanan pada keunikan ini secara

efektif menyoroti pendekatan dan nilai-nilai khas cabang tersebut. Hasil dari strategi ini adalah peningkatan nyata dalam loyalitas nasabah, khususnya di kalangan nasabah yang sadar sosial dan selaras dengan nilai-nilai cabang. Terakhir, peran penjualan pribadi melampaui interaksi transaksional belaka. Ini berfungsi sebagai saluran penting bagi cabang untuk memahami kebutuhan nasabah secara menyeluruh, menawarkan solusi yang disesuaikan dan memberikan layanan personal tingkat tinggi. Pengalaman yang dipersonalisasi ini sangat membantu dalam menjalin hubungan positif antara nasabah dengan brand KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan loyalitas nasabah.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Tingkat Respons

Tingkat respons untuk survei atau pengumpulan umpan balik nasabah mungkin kurang dari optimal. Tingkat respons yang rendah dapat menimbulkan bias non-respons, karena sudut pandang non-responden mungkin berbeda dengan nasabah yang berpartisipasi.

2. Jangka waktu

Temuan penelitian mungkin dipengaruhi oleh jangka waktu pengumpulan data. Peristiwa eksternal atau perubahan strategi atau kebijakan organisasi dapat berdampak pada hasil penelitian.

C. Saran

Didasarkan keterbatasan penelitian di atas, saran yang bisa diberikan kepada peneliti selanjutnya mengenai minat berwirausaha yakni:

1. Peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan penelitian dengan melakukan penelitian komparatif yang melibatkan beberapa lembaga keuangan, termasuk cabang KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe dan lembaga sejenis lainnya. Hal ini dapat membantu menilai generalisasi temuan dan mengidentifikasi variasi hubungan antara kualitas layanan, *brand image*, dan loyalitas nasabah dalam konteks yang berbeda.
2. Untuk mengatasi masalah rendahnya tingkat respons, peneliti selanjutnya dapat mengeksplorasi strategi pengumpulan data yang lebih efektif. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan *survei online*, memberi insentif pada partisipasi, atau melakukan wawancara tatap muka untuk memastikan tingkat respons yang lebih tinggi dan mengurangi bias *non-respons*.

3. Membangun dan memelihara mekanisme umpan balik yang efektif untuk terus mengumpulkan masukan dan umpan balik nasabah. KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe dapat menjelajahi alat dan platform inovatif untuk memfasilitasi umpan balik dan keterlibatan secara *real-time*.
4. KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Dawe dapat mengevaluasi nilai loyalitas nasabah secara berkala untuk melacak perubahan dari waktu ke waktu dan membuat penyesuaian strategi berdasarkan data.

