

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis statistik dan pembahasan hasil penelitian mengenai pengaruh marketing syariah, kualitas pelayanan islami dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah di PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi dengan 100 responden yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil dari pengujian statistik marketing Syariah terhadap loyalitas nasabah menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikan dibawah 0,05 maka marketing syariah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi.
2. Hasil dari pengujian statistik kualitas pelayanan islami terhadap loyalitas nasabah menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikan dibawah 0,05 maka kualitas pelayanan islami berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi.
3. Hasil dari pengujian statistik kualitas produk terhadap loyalitas nasabah menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikan dibawah 0,05 maka kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi.

B. Implikasi

1. Implikasi Teoritis

Dengan adanya skripsi ini, penulis berharap penelitian ini mampu memberikan banyak manfaat seperti memberikan bantuan pemikiran secara konseptual ataupun teoritis bagin manajemen PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi, dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dan juga pengembangan ilmu pengetahuan ekonomi syariah.

2. Implikasi Praktek

Dari hasil penelitian variabel marketing syariah, kualitas pelayanan islami dan kualitas produk

mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah. Apabila ketiga variabel tersebut dijalankan secara bersama dan baik, tentu akan menciptakan loyalitas nasabah. Sehingga perlunya pihak manajemen PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi memperhatikan marketing syariah, kualitas pelayanan islami dan kualitas produk guna menumbuhkan dan menciptakan loyalitas nasabah.

C. Keterbatasan Penelitian

Meskipun telah diupayakan semaksimal mungkin, namun ternyata penelitian ini masih banyak kekurangan atau keterbatasan, meliputi:

1. Kurang maksimalnya penelitian ini disebabkan keterbatasan biaya, tenaga, waktu dan lainnya.
2. Minimnya pemilihan variabel yang diteliti sehingga hasil dari penelitian ini hanya berfokus pada variabel-variabel tersebut.
3. Penelitian ini menggunakan sampel yang relative kecil yaitu 100 sampel dengan populasi berjumlah 10.569 responden.
4. Kemampuan menjelaskan variabel independen terhadap variabel dependen hanya 31,5% sedangkan sisanya 68,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

D. Saran

1. Untuk peneliti berikutnya, diharapkan dapat menambah variabel penelitian lainnya atau indikator baru agar bisa menghasilkan gambaran yang lebih luas tentang masalah penelitian yang sedang diteliti.
2. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan memperbanyak jumlah sampel yang akan digunakan, serta menambah kontribusi lain agar mendapatkan gambaran hasil yang lebih luas dan jelas mengenai masalah penelitian yang teliti.
3. Untuk PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi Pati agar lebih memperhatikan dan meningkatkan marketing syariah, kualitas pelayanan islami dan kualitas produknya agar nasabah tetap loyal terhadap produk

perusahaan dan tidak pindah ke lembaga keuangan lainnya.

E. Penutup

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam kita haturkan kepada junjungan Nabi agung baginda Rasulullah Muhammad SAW yang kita harapkan syafaatnya kelak diyaumul kiamat.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kesalahan dan kakurangan dalam skripsi ini. Karena itu penulis sangat mengharap kritikan saran dari para pembaca agar lebih baik lagi dalam penulisan skripsi ini. Dan saya berharap skripsi ini bermanfaat untuk penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

