

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Kesimpulan tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh dari marketing syariah, kualitas pelayanan Islam, dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah di BMT Al-Fattah Juwana. Fokus dari penelitian, teori, data, dan juga analisis dari data temuan di lapangan, sudah dijelaskan dipenelitian ini secara berkala berdasarkan data yang telah diperoleh, maka peneliti dapat menyimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Variabel marketing syariah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BMT Al-Fattah Juwana, dapat dibuktikan melalui hasil pengujian Uji t dengan nilai $t_{hitung} (1,985) > t_{tabel} 1,985$ dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$). yang menyatakan bahwa apabila marketing syariah yang diterapkan semakin baik dan pengetahuan nasabah semakin banyak tentang marketing syariah maka nasabah akan semakin loyal. Penelitian yang sama dilakukan oleh Yulfitaeni menyatakan bahwa marketing syariah mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.
2. Variabel kualitas pelayanan Islam berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BMT Al-Fattah Juwana, dapat dibuktikan melalui hasil pengujian Uji t dengan nilai $t_{hitung} (6,463) > t_{tabel} 1,985$ dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) yang menyatakan bahwa apabila kepuasan yang didapatkan oleh nasabah secara konsisten dan semua yang diinginkan nasabah tercapai maka nasabah akan loyal dengan sendirinya. Penelitian yang sama dilakukan oleh Rizky yang menyatakan kualitas pelayanan Islam mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.
3. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di BMT Al-Fattah Juwana, dapat dibuktikan melalui hasil pengujian Uji t dengan nilai $t_{hitung} (3,254) > t_{tabel} 1,985$ dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$) yang menyatakan bahwa apabila kualitas produk dapat memberikan apa yang diharapkan nasabah, maka akan menciptakan kelayakan nasabah terhadap BMT. Penelitian yang sama dilakukan oleh Nurcahyo yang menyatakan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

B. Keterbatasan penelitian

Penelitian ini sudah dilakukan oleh peneliti dengan semaksimal mungkin untuk mendapatkan hasil yang sempurna juga, tapi kesempurnaan yang sesungguhnya hanyalah milik Tuhan yang Maha Esa. Masih terdapat keterbatasan dalam penelitian ini antara lain yaitu:

1. Penelitian ini kurang maksimal yang disebabkan karena keterbatasan biaya, tenaga, waktu dan lainnya.
2. Pemilihan variabel yang diteliti masih minim, sehingga hasil dari penelitian ini hanya berfokus pada variabel-variabel tersebut.
3. Penggunaan sampel dalam penelitian ini relative kecil hanya 100. Maka untuk penelitian yang selanjutnya disarankan menambahkan jumlah sampel.

C. Saran

Berikut saran yang penulis berikan kepada pihak yang terkait dengan harapan supaya dapat bermanfaat dan dapat dijadikan acuan untuk dapat berkembang lebih baik, adapun saran dari kesimpulan di atas antara lain :

1. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel lain atau indikator baru supaya dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas tentang masalah penelitian yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Variabel yang disarankan adalah variabel pengetahuan, kepercayaan, dan komitmen nasabah.
2. Peneliti selanjutnya, disarankan memperbanyak jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian, juga menambah kontribusi lain agar mendapatkan gambaran hasil yang lebih luas dan jelas mengenai nasabah penelitian yang diteliti.
3. BMT Al-Fattah Juwana lebih perhatian dalam meningkatkan marketing syariah, kualitas pelayanan Islam, dan kualitas produk supaya nasabah akan tetap loyal terhadap jasa dan produk BMT dan tidak pindah ke lembaga keuangan lainnya.