

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pada hasil olah data statistik dan pembahasan dari hasil penelitian terkait pengaruh kualitas pelayanan Islami, nilai nasabah, dan citra merek terhadap loyalitas nasabah pada BMT Al Hikmah Semesta Cabang Kalinyamatan dengan 100 responden, diambil simpulan:

1. Kualitas Pelayanan Islami tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada BMT Al Hikmah Semesta Cabang Kalinyamatan. Hal tersebut dikarenakan nasabah pada BMT Al Hikmah Semesta Cabang Kalinyamatan tidak terlalu mementingkan pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan syariah Islam atau tidak. Yang dipikirkan hanya untung yang diterima serta banyak nasabah yang tidak sepenuhnya memahami haramnya riba dalam Islam, hal tersebut terjadi jika pengetahuan tentang Islam tidak begitu diketahui.
2. Nilai Nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada BMT Al Hikmah Semesta Cabang Kalinyamatan. Hal tersebut dikarenakan pada BMT Al Hikmah Semesta Cabang Kalinyamatan banyak manfaat jasa yang diterima melalui produk-produk, transaksi yang disediakan sangat bermanfaat bagi nasabah dan sesuai dengan kebutuhan dari nasabah. loyalitas muncul jika nilai nasabah sesuai dengan harapan nasabah.
3. Citra Merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada BMT Al Hikmah Semesta Cabang Kalinyamatan. Hal tersebut dikarenakan nasabah tidak terlalu memperdulikan citra merek dari BMT Al Hikmah Semesta Cabang Kalinyamatan. Serta banyaknya koperasi simpan pinjam yang berbasis syariah lainnya sehingga citra mereknya tidak terikat kuat dengan BMT Al Hikmah Semesta Cabang Kalinyamatan.
4. Kualitas Pelayanan Islami, Nilai Nasabah, dan Citra Merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada BMT Al Hikmah Semesta Cabang Kalinyamatan. Kualitas pelayanan Islami menjadi faktor penting dalam sebuah instansi, apalagi instansi jasa yang berbasis syariah. Namun secara parsial kualitas Pelayanan Islami tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Nilai nasabah merupakan perbandingan dari manfaat dengan pengorbanan yang dikeluarkan, semakin besar manfaat yang diterima maka nilai nasabah semakin kuat. Terbukti dengan nilai nasabah secara parsial memiliki pengaruh terhadap loyalitas

nasabah. Citra merek sendiri merupakan salah satu aset penting suatu instansi karena citra merek membahas antusias nasabah tentang instansi atau produk tertentu. Namun secara parsial citra merek tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah.

B. Saran

1. Untuk BMT Al Hikmah Semesta Cabang Kalinyamatan agar lebih memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan islami, nilai nasabah, dan citra merek supaya nasabah tetap setia pada perusahaan serta tidak pindah ke lembaga keuangan lainnya.
2. Bagi peneliti berikutnya, saya berharap bisa memberikan tambahan variabel penelitian lainnya maupun indikator lainnya supaya membuahkan hasil luas kasus yang akan diteliti.
3. Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan, yakni kurang maksimalnya penelitian dikarenakan keterbatasan biaya, tenaga, waktu, dan lainnya. Serta adanya jawaban yang tidak sesuai dalam pemantauan penelitian, disebabkan kurang teliti dalam menjawab pernyataan, maka hal ini diantisipasi dengan cara memberikan arahan kepada nasabah.

