

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang sudah diuraikan, dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Diketahui bahwa faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah terdiri dari: Kepercayaan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan.
2. Secara simultan atau keseluruhan, variabel kepercayaan, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kontribusi seluruh variabel bebas (kepercayaan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan) terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,592 atau 59,2% sisanya 40,8% dijelaskan oleh variabel yang lain diluar penelitian ini. Variabel kepercayaan adalah variabel yang paling dominan mempengaruhi loyalitas nasabah BSI KCP Serang Cikande 1 di masa pandemi Covid-19, hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah BSI KCP Serang Cikande 1 dimasa pandemi Covi-19 memiliki peranan yang

besar dibandingkan variabel lainnya dalam mempengaruhi loyalitas nasabah BSI KCP Serang Cikande 1 di masa pandemi Covid-19.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa secara keseluruhan variabel kepercayaan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Serang Cikande 1. Namun, peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan oleh karena itu, peneliti memberikan saran agar mendapatkan gambaran sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi. Maka dari itu peneliti menyampaikan ada beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga Perbankan Syariah

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kepercayaan, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah tetapi secara parsial kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Oleh karena itu kepada BSI KCP Serang Cikande 1 untuk terus meningkatkan kepercayaan dan kualitas layanan dan harus lebih memperhatikan dan lebih

meningkatkan kualitas produk dengan cara memperkenalkan produk dan benefit dengan cara yang menarik dan mudah dipahami dan dikenal oleh masyarakat atau dengan cara memberikan penyuluhan dan mempromosikan produk-produk yang ada di bank tersebut kepada masyarakat sehingga mereka tidak hanya mengenal produk saja tetapi juga paham dan tertarik untuk menggunakan produk tersebut. Kualitas pelayanannya harus lebih ditingkatkan lagi dengan cara melayani nasabah dengan cepat, tepat dan cermat sesuai standar waktu yang ditetapkan di bank tersebut.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi mengenai kepercayaan, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dan bagi penelitian selanjutnya yang tertarik untuk meneliti topik yang sama diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan cara menambahkan variabel lain yang belum diteliti oleh penulis, menambahkan teori-teori dan metode yang baru.