

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Variabel ekuitas merek melalui hasil uji t mendapatkan hasil $t_{hitung} 0,947 < t_{tabel} 1,98472$ dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,346 > 0,05$), berdasarkan hasil uji t tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil yang didapat yaitu H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya bahwa ekuitas merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah padang BSI KCP Serang A Yani 1.
2. Variabel kualitas pelayanan melalui hasil uji t mendapatkan hasil $t_{hitung} -1,940 < t_{tabel} 1,98472$ dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,055 > 0,05$), berdasarkan hasil uji t tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil yang didapat yaitu H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah padang BSI KCP Serang A Yani 1.
3. Variabel *Good Corporate Governance* melalui hasil uji t mendapatkan hasil $t_{hitung} 1,522 < t_{tabel} 1,98472$ dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,131 > 0,05$), berdasarkan hasil uji t tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil yang didapat yaitu H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya bahwa *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah padang BSI KCP Serang A Yani 1.

4. Variabel Strategi Pemasaran melalui hasil uji t mendapatkan hasil $t_{hitung} 3,986 < t_{tabel} 1,98472$ dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), berdasarkan hasil uji t tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil yang didapat yaitu H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya bahwa Strategi Pemasaran berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah padang BSI KCP Serang A Yani 1.
5. Variabel ekuitas merek, Kualitas Pelayanan, *Good Corporate Governance* dan Strategi Pemasaran secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Nasabah yang dapat dilihat dari hasil uji statistik uji F yang memperoleh nilai $F_{hitung} 10,694 > F_{tabel} (10,694 > 2,46)$ dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel ekuitas merek, Kualitas Pelayanan, *Good Corporate Governance* dan Strategi Pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap variabel loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Serang A Yani 1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel ekuitas merek, Kualitas Pelayanan, *Good Corporate Governance* dan Strategi Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan

B. Saran

1. Bagi perbankan syariah khususnya Bank Syariah Indonesia KCP Serang A Yani 1 diharapkan lebih meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan serta menerapkan tata kelola yang baik (*Good Corporate Governance*).

2. Untuk peneliti selanjutnya disarankan memperluas objek penelitian, terlebih melakukan penelitian dengan faktor-faktor yang lebih mempengaruhi terhadap loyalitas nasabah.