

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan mengenai penelitian ini menunjukkan secara parsial (uji t) dan simultan (uji F) mengenai *digital marketing*, citra merek dan *mobile banking* bahwa:

1. Secara parsial, *digital marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pada nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Serang. Hal ini menunjukkan nilai $t_{hitung} 2,18 > 1,98$ dan nilai sig sebesar $0,032 < 0,05$ yaitu lebih kecil dari 0,05
2. Secara parsial, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pada nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Serang. Hal ini menunjukkan nilai $t_{hitung} 3,58 > 1,98$ dan nilai sig $0,001 < 0,05$ yaitu lebih kecil dari 0,05
3. Secara parsial, *mobile banking* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pada nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Serang. Hal ini menunjukkan nilai $t_{hitung} 2,57 > 1,98$ dan nilai sig $0,012 < 0,05$ yaitu lebih kecil dari 0,05
4. *Digital marketing*, citra merek dan *mobile banking* secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di kota Serang dengan menunjukkan nilai $f_{hitung} 57,839$ dengan nilai sig 0,0000 yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai R Square yang memperoleh nilai sebesar 64% yang artinya dapat dijelaskan oleh variabel *digital marketing*, citra merek dan layanan *mobile banking* sedangkan sisanya 36% dapat dijelaskan oleh variabel lain seperti variabel *digital service quality* maupun *user experience* yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang telah dipaparkan, maka peneliti memberikan saran kepada peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya, karena dari segi topik yang diangkat masih perlu dilakukan kajian ulang. Peneliti menyarankan supaya menambahkan variabel-variabel lain agar penelitian ini semakin berkembang.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas dan menambah jumlah sampel di setiap kota atau melakukan penelitian dengan lokasi yang berbeda supaya memperoleh hasil penelitian yang lebih baik dan berbeda.