

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah. Semakin tinggi Kualitas layanan tidak mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri. Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bisa dikarenakan nasabah belum merasakan secara optimal adanya perwujudan suatu pelayanan yang baik dalam praktiknya. Pihak Bank Syariah Mandiri yang seharusnya lebih mengoptimalkan lagi untuk memberikan pelayanan dengan melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Mempunyai ketanggapan untuk membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat. Memberikan jaminan dan kepastian untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan atau jaminan. Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah.
2. Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah. Semakin tinggi kualitas layanan maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Variabel kepuasan memiliki nilai indeks yang tergolong tinggi. Dalam penelitian ini, responden merasa puas terhadap pelayan yang diberikan Bank Syariah Mandiri. Responden merasa mendapatkan kemudahan dalam bisnis karena

berbagai fasilitas yang disediakan Bank Syariah Mandiri (seperti: call center, dan mesin ATM). Responden juga berpendapat bahwa layanan yang diberikan Bank Syariah Mandiri sudah sesuai harapan, karena karyawan Bank Syariah Mandiri mampu melakukan pekerjaan sesuai keinginan nasabah dan berbagai produk perbankan yang ditawarkan Bank Syariah Mandiri sudah menjawab kebutuhan nasabah. Langkah selanjutnya yang dapat ditempuh Bank Syariah Mandiri dengan berupaya memahami kebutuhan dan keinginan nasabah, agar lebih meningkatkan kepuasan nasabah.

3. Kepuasan Nasabah berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah. Semakin tinggi kepuasan nasabah semakin tinggi pula loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri. Kepuasan nasabah mempunyai hubungan yang kuat dengan loyalitas nasabah, Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas nasabah menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas produk yang diberikan maka semakin tinggi pula dampaknya terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan Bank Syariah Mandiri telah berhasil meningkatkan loyalitas nasabah dari kepuasan produk yang diberikan. Kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah yang artinya kualitas produk mempengaruhi puas atau tidak puasnya nasabah yang akan berdampak kepada loyalitas nasabah. Adanya suatu loyalitas nasabah terhadap produk yang dihasilkan perusahaan, memiliki makna bahwa produk perusahaan sangatlah memiliki kualitas produk yang bagus. Sehingga nasabah akan melakukan pembelian ulang yang lebih dari satu kali pembelian dan akan merekomendasikan ke teman atau keluarganya. Gambaran ini memberikan isyarat bahwa dengan kepuasan nasabah yang dirasakan akan

membuat nasabah loyal terhadap bank BANK SYARIAH MANDIRI, tentunya tidak lepas dengan dukungan kualitas layanan.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Setelah melakukan penelitian, peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

1. Adanya keterbatasan penelitian menggunakan kuesioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan responden tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Pengumpulan data penelitian ini diperoleh selama empat minggu jumlah sampel terbatas.
3. Peneliti kurang mengontrol responden selama mengisi kuesioner tersebut.
4. Dalam pengisian kuesioner terdapat kendala yaitu responden terburu-buru dalam mengisi kuesioner yang diajukan oleh peneliti.

## **5.3 Saran**

Hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini maka peneliti memberikan saran-saran yang bermanfaat bagi pihak yang terkait sebagai berikut:

1. Bank Syariah Mandiri sebaiknya lebih meningkatkan kualitas pelayanan, hal ini perlu dilakukan karena peningkatan kualitas pelayanan berdampak pada kepuasan nasabah sehingga nasabah akan kembali menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan Bank Syariah Mandiri, pelayanan yang diberikan salah satunya dapat berupa fasilitas yang diberikan, kemudahan menggunakan produk terutama pada jaminan yang juga harus lebih ditingkatkan dengan cara salah satunya adalah meningkatkan keamanan nasabah

2. Bank Syariah Mandiri hendaknya terus meningkatkan kualitas karyawan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah agar menghasilkan kepuasan bagi nasabah secara menyeluruh dan membentuk loyalitas mereka terhadap Bank Syariah Mandiri.
3. Bagi peneliti Selanjutnya

Dalam penelitian ini tentu saja masih mengalami banyak sekali kekurangan, karena adanya keterbatasan dari peneliti, sehingga peneliti berikutnya diharapkan perlu menjelaskan secara lebih lengkap dengan menambah teori yang mendukung. Dalam menentukan variabel terkait penelitian ini, peneliti berikutnya diharapkan untuk menambah variabel lain diluar variabel penelitian yang telah dilakukan. Karena diduga masih banyak variabel lain yang mempengaruhi sifat loyalitas dari nasabah dengan mempertimbangkan kondisi nyata di lapangan. Dan diharapkan pada peneliti selanjutnya untuk meneliti lebih lanjut mengenai masalah ini secara lebih mendalam. Pendalaman pada penelitian ini akan lebih akurat dan maksimal apabila sampel yang diambil diperluas, baik dari jenis-jenis Bank Syariah Mandiri atau lembaga-lembaga lain, baik lembaga bank atau non bank.

## DAFTAR PUSTAKA

- Evi, O. S. 2012. Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Bank Muamalat di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 171-184.
- Fitri, N., & Basuki, R. 2011. Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Penanganan Masalah dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya. *Journal Business and Banking*, 51-60.
- Imam, G. 2016. *Aplikasi analisis Multivariate dengan program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Imam, G. 2016. *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif untuk akuntansi, bisnis dan ilmu sosial lainnya*. Semarang: Yoga pratama.
- Kazi, O. S. 2011. Interrelations between Service Quality Attributes, Customer. *International Journal of Business and Management*, 12-36.
- Moghavvemi, S.-P. L. 2015. The Dimension of Service Quality and Its Impact on Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty: A Case of Malaysian Banks. *Asian Journal of Business and Accounting*, 91-118.
- Muslim, A., Zaidi, I., & Rodrigue, F. 2013. Contrasting the drivers of customer satisfaction on image, trust and loyalty of Muslim And non-Muslim customers in Malaysia. *Islamic Banks*, 79-97.
- Nandya, A. P., Zainul, A., & wilopo. 2016. Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, DAN Switching Barrier Terhadap Kepuasan Pelanggan & Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 128-134.
- Raja, I. S., Osama, G., Naeem, A., Iqra, H., & Asad, U. R. 2014. Factors Affecting Customer Satisfaction in Banking Sector of Pakistan. *International Review of Management and Business Research*, 1014-1026.
- Sholihin, Mahfud, dan Dwi Ratmono. 2013. Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R & D*. Bandung: Alabeta.
- Syofiyani, S. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Graha Ilmu.
- <http://www.sindonews.com> diakses 19 Mei 2019 Pukul 11.00
- <http://www.tribunnews.com> diakses 19 Mei 2019 Pukul 11.45
- <http://www.topbrand-award.com> diakses 14 Maret 2019 Pukul 13.30