

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Kesimpulan penelitian yang dapat diambil sesuai dengan temuan penelitian, diantaranya:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan donatur lembaga amil zakat Dompot Dhuafa. Artinya kualitas pelayanan dilakukan dengan baik sehingga dapat memberikan kepercayaan kepada donatur. Hal ini didukung oleh indikator dari dimensi *Responsif* yaitu admin Dompot Dhuafa sopan dalam berinteraksi dengan donatur yang memberikan kontribusi paling tinggi pada kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepercayaan donatur pada lembaga amil zakat Dompot Dhuafa.
2. Promosi berpengaruh positif terhadap kepercayaan donatur lembaga amil zakat Dompot Dhuafa. Artinya meningkatnya promosi yang dilakukan Dompot Dhuafa dapat membuat kepercayaan donatur meningkat pula. Hal ini didukung oleh indikator yang memberikan kontribusi tinggi dari dimensi periklanan yaitu Dompot Dhuafa memberikan informasi yang mudah di pahami oleh donatur.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas donatur lembaga amil zakat Dompot Dhuafa. Artinya meningkatnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh Dompot Dhuafa dapat membuat loyalitas donatur menjadi semakin meningkat.
4. Promosi berpengaruh positif terhadap loyalitas donatur lembaga amil zakat Dompot Dhuafa. Artinya meningkatnya promosi yang dilakukan oleh Dompot Dhuafa dapat membuat loyalitas donatur semakin meningkat.
5. Kepercayaan donatur berpengaruh positif loyalitas donatur lembaga amil zakat Dompot Dhuafa. Artinya meningkatnya kepercayaan donatur kepada Dompot Dhuafa dapat membuat loyalitas donatur semakin meningkat. Hal ini didukung oleh indikator pada dimensi *Integritas* yang

memberikan kontribusi tinggi, donatur telah percaya kepada Dompot Dhuafa untuk meyalurkan donasi mereka.

V.2 Implikasi Manajerial

Dalam upaya meningkatkan kepercayaan donatur, pihak manajerial Lembaga amil zakat Dompot Dhuafa dapat lebih mengedepankan kualitas pelayanan terutama perbaikan dalam beberapa indikator seperti memberikan pelayanan kepada donatur lembaga amil zakat Dompot Dhuafa mengenai cara berdonasi melalui aplikasi yang cukup dijalankan melalui smartphone, agar dapat memudahkan donatur dalam memberikan bantuan dan mendapat informasi. Selain itu, faktor promosi juga penting untuk ditingkatkan supaya loyalitas pelanggan semakin tinggi, dan manajemen lembaga amil zakat Dompot Dhuafa dapat memberikan berbagai fasilitas yang memberikan keistimewaan bagi donatur untuk melakukan donasi melalui lembaga amil zakat Dompot Dhuafa.

V.3 Saran

Terdapat beberapa saran dan rekomendasi peneliti sesuai dengan temuan penelitian, diantaranya:

1. Dari hasil penelitian ini perlu ditingkatkan atau dipertahankan untuk lembaga terkait kualitas pelayanan terutama informasi dan cara berdonasi dengan mudah melalui aplikasi smart phone. Faktor Promosi juga ditingkatkan karena berkaitan dengan loyalitas donatur.
2. Hasil analisis data memberikan nilai *R Square* sebesar 0,641 dan 0,663, artinya model penelitian ini masih sangat potensial untuk dikembangkan lagi, sehingga bagi akademisi dapat mengembangkan penelitian ini seperti menambahkan variabel prediktor lain yang memungkinkan dapat mempengaruhi kepercayaan dan loyalitas donator. Bagi akademisi juga dapat melakukan kajian dengan penentuan sampel secara random sampling agar hasil penelitian dapat digeneralisasi secara luas.