

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1 Simpulan**

Berdasarkan pada pembahasan dan hasil analisis penelitian yang telah dituangkan peneliti disimpulkan bahwa kualitas layanan menghasilkan pengaruh yang signifikan dan bernilai positif terhadap loyalitas nasabah. Kualitas layanan yang diberikan oleh memberikan dampak dan menjadi faktor penting terhadap nasabah untuk tetap menggunakan layanan jasa bank tersebut secara berulang. Selanjutnya Citra Merek Islami juga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada penelitian. Hal ini berarti dapat disimpulkan bahwa citra bank yang positif dapat menarik perhatian masyarakat untuk menggunakan jasa bank tersebut dan memungkinkan untuk menimbulkan rasa kesetiaan atau loyal terhadap bank tersebut dan juga dapat menumbuhkan rasa bangga terhadap nasabah ketika menggunakan jasa bank tersebut. Berbeda dengan kedua variabel lainnya variabel kualitas produk pada penelitian ini tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini diduga karena kasus Bank BSI yang terkena *Ransomware* pada bulan Mei lalu yang mengakibatkan fasilitas *BSI mobile* yang menjadi salah satu produk bank BSI mengalami eror yang membuat nasabah khawatir terhadap uang yang mereka simpan karena *BSI mobile* yang tidak dapat digunakan karena kejadian tersebut. Hal tersebut terjadi juga diduga karena nasabah menilai kualitas produk yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia masih dinilai sama dengan kualitas produk yang dimiliki oleh bank konvensional. Sedangkan secara simultan kualitas layanan, kualitas produk, Citra Merek Islami terhadap loyalitas nasabah berpengaruh signifikan.

#### **V.2 Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini tentunya memiliki keterbatasan, peneliti mengidentifikasi keterbatasan tersebut dari beberapa hal yaitu, sebagai berikut:

- a. Dilihat dari koefisien determinasi yang diperoleh oleh peneliti yang hanya sebesar 37,7% menjelaskan bahwa masih banyak variabel lain yang dapat menjadi variabel bebas terhadap loyalitas nasabah. Variabel lain yang mungkin

dapat mendukung loyalitas nasabah ialah variabel promosi, harga dan biaya, nilai pelanggan, religiusitas, literasi dan kepercayaan.

- b. Keterbatasan memperoleh responden karena peneliti hanya menggunakan objek penelitian dengan populasi nasabah Bank BSI KC Saharjo.

### **V.3 Saran**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti merumuskan saran sebagai berikut:

1. Pada saran teoritis, peneliti menyarankan untuk peneliti selanjutnya yang akan membahas topik yang serupa agar menambah variabel selain yang telah digunakan oleh penelitian ini dan memperluas populasi dan sampel yang digunakan serta lokasi penelitiannya.
2. Pada saran praktis, peneliti menyarankan bagi perbankan syariah untuk lebih memperhatikan ketiga faktor tersebut untuk meningkatkan kualitas layanan, produk maupun menjaga dan meningkatkan lagi citra merek yang sudah melekat sehingga loyalitas nasabah dapat meningkat dengan begitu juga akan berpengaruh terhadap perkembangan pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia.