

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu komunikasi, kepercayaan, komitmen dan penyelesaian masalah di BMT Agawe Makmur, maka dapat ditarik kesimpulan penelitian berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Variabel komunikasi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di BMT Agawe Makmur. Terlihat t hitung $0,025 < t$ tabel $1,997$ dengan tingkat sig. sebesar $0,980$ yang berarti komunikasi tidak mempengaruhi loyalitas nasabah BMT Agawe Makmur.
2. Variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di BMT Agawe Makmur. Terlihat t hitung $6,106 > t$ tabel $1,997$ dengan tingkat sig. sebesar $0,000$ yang berarti kepercayaan mempengaruhi loyalitas nasabah BMT Agawe Makmur.
3. Variabel komitmen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di BMT Agawe Makmur. Terlihat t hitung $3,674 > t$ tabel $1,997$ dengan tingkat sig. sebesar $0,000$ yang berarti komitmen mempengaruhi loyalitas nasabah BMT Agawe Makmur.
4. Variabel penyelesaian masalah tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di BMT Agawe Makmur. Terlihat t hitung $-1,098 < t$ tabel $1,997$ dengan tingkat sig. sebesar $0,276$ yang berarti penyelesaian masalah tidak mempengaruhi loyalitas nasabah BMT Agawe Makmur.

5. Variabel *relationship marketing* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di BMT Agawe Makmur. Terlihat F hitung sebesar 89,956 dengan tingkat sig. 0,000 yang berarti yang berarti *relationship marketing* mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah BMT Agawe Makmur. Dengan tingkat *adjusted R square* sebesar 0,828 itu artinya *relationship marketing* yang terdiri dari komunikasi, kepercayaan, komitmen dan penyelesaian masalah mempengaruhi loyalitas nasabah sebesar 82,8% dan sisanya 17,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan diatas, dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

Bagi BMT Agawe Makmur

1. Meningkatkan komunikasi antara nasabah dan BMT untuk membangun kerjasama yang lebih baik lagi. Memberikan komunikasi yang lebih inovatif lagi. Agar dapat bersaing dengan perusahaan lagi atau BMT lain karena komunikasi merupakan pertukaran informasi antara nasabah dan yang BMT yang mungkin diperlukan BMT untuk meningkatkan loyalitas nasabah.
2. Kepercayaan yang sudah terjalin lebih ditingkatkan lagi agar nasabah semakin percaya dan loyal terhadap BMT. Kepercayaan nasabah merupakan kunci dari perkembangannya perusahaan.
3. Intropeksi diri adalah cara untuk mengalisa kekurangan dari segi pelayanan BMT. Komitmen antara nasabah dan BMT yang sudah terjalin sebaiknya dipertahankan

dengan selalu introspeksi diri dan meningkatkan kepercayaan nasabah dan kenyamanan.

4. Mengadakan kegiatan pelatihan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia terutama di bagian marketing. Meningkatkan pendekatan personal kepada nasabah BMT Agawe Makmur agar permasalahan yang sering muncul dapat diminimalisir. Karena dikhawatirkan penanganan masalah yang tidak terselesaikan dapat mengurangi minat nasabah bahkan mengurangi rasa percaya nasabah yang berujung pada risiko kehilangan nasabah.

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan agar dapat:

1. Menemukan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi tingkat loyalitas nasabah seperti kepuasan, orientasi nasabah, nilai nasabah dan *customer retention* atau variabel lain yang berhubungan dengan loyalitas nasabah.
2. Memperhatikan budaya tertentu yang mempengaruhi individu dimana lembaga keuangan syariah itu berada merupakan hal yang penting untuk diperhatikan. Sehingga, pada penelitian selanjutnya untuk dapat memperoleh subyek penelitian dengan latar belakang budaya yang lebih heterogen.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti merasa bahwa masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam melakukan penelitian. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini yaitu hanya menggunakan variabel komunikasi, kepercayaan, komitmen dan penyelesaian masalah yang mempengaruhi loyalitas nasabahnya, sedangkan masih banyak variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah.

