

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, analisis data dari penelitian yang dilakukan, serta pembahasan yang dijabarkan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Dari pengujian secara parsial (uji T) pengaruh komunikasi terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah di BSM KCP Banjarnegara memperoleh hasil koefisien regresi 0,004 atau dibawah 0,05. Jadi kesimpulannya bahwa variabel komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas dari nasabah pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara, maka pengujian hipotesis H₁ diterima.
2. Dari pengujian secara parsial (uji T) pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah di BSM KCP Banjarnegara memperoleh hasil koefisien regresi 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Jadi kesimpulannya bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara, maka pengujian hipotesis H₂ diterima.
3. Dari pengujian secara simultan (uji F) pengaruh komunikasi dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara menunjukkan bahwa nilai signifikansi

kurang dari 0,05 yakni sebesar 0,000. Jadi kesimpulannya bahwa variabel komunikasi dan kepercayaan secara bersamaan (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara, maka pengujian hipotesis H₃ diterima.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti masih melihat ada beberapa hal yang belum optimal sehingga ada beberapa saran yang disampaikan. **Pertama**, untuk PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara lebih meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam penyampaian informasi kepada nasabah. Pentingnya penyampaian informasi secara transparan akan memberikan keuntungan kepada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara itu sendiri. Jadi disarankan meskipun hubungan yang sudah terjalin dengan nasabah baik, informasi yang seharusnya di dapatkan oleh nasabah harus disampaikan marketing Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara dengan jelas tanpa ada yang tertinggal agar tidak terjadi *miss communication* antara nasabah dan marketing. Hal ini karena komunikasi antara pihak nasabah dan marketing merupakan salah satu cara Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara mengenalkan dan mempromosikan produk-produk terutama produk unggulan dan produk baru yang ada di perusahaan tersebut. Selain itu disarankan apabila ada pembaruan sistem dan semacamnya dari Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu

Banjarnegara segera dikomunikasikan dengan nasabah untuk mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan. **Kedua**, untuk peneliti selanjutnya disarankan apabila akan melakukan penelitian tentang loyalitas nasabah agar menambahkan variabel lain sehingga penelitian tentang loyalitas nasabah nanti lebih berkembang dan bervariasi. Selain itu, peneliti menyarankan untuk memperbaiki kekurangan-kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini karena peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penelitian yang dilakukan.