

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara parsial variabel promosi dan atribut syariah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di bank Muamalat. Namun variabel hadiah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah di bank Muamalat.
2. Secara bersama-sama variabel promosi, hadiah dan atribut syariah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di bank Muamalat. Hal ini dibuktikan dengan *p value* dalam uji F sebesar 0,000 (signifikan), karena nilai *p value* $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
3. Koefisien *Adjusted R Square* sebesar 0,368, menunjukkan bahwa variabel independen (promosi, hadiah, dan atribut syariah) mampu mempengaruhi variabel dependen (loyalitas nasabah bank Muamalat).

B. Saran

1. Untuk pihak bank Muamalat hendaknya memperhatikan promosi, hadiah dan atribut syariah, karena terbukti fakto-faktor ini berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.
2. Penelitian ini dilakukan di kota Yogyakarta, diharapkan peneliti selanjutnya untuk meneliti di luar daerah Yogyakarta agar dapat dilihat perbandingan antara satu kota dengan kota yang lainnya.

C. Keterbatasan penelitian

1. Penelitian ini hanya menggunakan satu perusahaan sebagai objek penelitian. Penelitian selanjutnya sebaiknya tidak hanya menggunakan satu perusahaan tetapi beberapa perusahaan agar hasilnya dapat diperbandingkan.
2. Penelitian ini dilakukan di tiga tempat yaitu di kantor cabang Wirobrajan Jl. Kapten Piere Tendean, kantor cabang Ambarukmo, Jl. Adi Sucipto, dan kantor kas UGM (masjid kampus UGM) Jl. Ferifical, Bulaksumur. Yang mayoritas respondennya berprofesi sebagai pelajar dan mahasiswa.
3. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan kebanyakan yang berprofesi dari pelajar dan mahasiswa, diharapkan dalam penelitian selanjutnya sampel yang diambil dapat merata sehingga data yang