

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data melalui pembuktian terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial tidak terdapat pengaruh variabel ikatan keuangan, ikatan sosial, dan ikatan struktural terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu A. Yani Banjarmasin. Data yang telah dikumpulkan terlihat dari hasil uji T ikatan keuangan dimana hasil $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,235 < 1,984$) dengan nilai sig $0,815 > 0,05$, ikatan sosial menunjukkan hasil $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,626 < 1,984$) dengan nilai sig $0,108 > 0,05$, dan ikatan struktural $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,674 < 1,984$) dengan nilai sig $0,097 > 0,05$.
2. Secara simultan terdapat pengaruh variabel ikatan keuangan, ikatan sosial, dan ikatan struktural terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu A. Yani Banjarmasin hal ini dapat dilihat dari hasil uji F dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($3,059 > 2,7$) dengan nilai sig $0,032 < 0,05$.

Agar kegiatan pemasaran selalu berada dalam kerangka syariah maka dalam setiap langkah, aktivitas, dan kegiatan harus selalu menginduk kepada

syariat Islam dengan berdasarkan kepada karakteristik yang terdapat dalam syariah marketing, yaitu Theistis (*Rabbaniyah*) yaitu berdasarkan ketuhanan, Etis (*Akhlaqiyah*) yaitu semua perilaku didasarkan pada norma etika yang berlaku, Realistis (*Al-Waqiiyyah*), yaitu semua harus sesuai pada kenyataannya, dan Humanistis (*Al-Insaniyah*) yaitu berperilaku kemanusiaan, saling menghormati sesama dan berusaha menjadi lebih baik dari yang sebelumnya.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka penulis memberikan saran dari hasil penelitiannya:

1. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu A. Yani Banjarmasin

Diharapkan kepada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu A. Yani Banjarmasin lebih meningkatkan segala dimensi dari variabel *relationship marketing*, misalnya saja dengan meningkatkan standar pelayanan baik itu secara langsung (tatap muka) maupun melalui sarana lainnya seperti komunikasi melalui telepon dan internet.

2. Peneliti Berikutnya

Bagi peneliti berikutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel-variabel lain di luar variabel yang telah diteliti agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.