

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian sebagaimana yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis terhadap tiga variabel bebas yang meliputi pelayanan (X1), mutu (X2), dan promosi (X3) ternyata yang berpengaruh secara parsial adalah pelayanan (X1), mutu (X2), dan promosi (X3) terhadap loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah (Y) pada Bank Muamalat Kantor Cabang Banjarmasin. Variabel yang paling kuat adalah variabel promosi (X3). Hal ini dapat dilihat dari hasil terendah *significance* sebesar 0,000.
2. Berdasarkan hasil analisis mengenai pengaruh pelayanan, mutu, dan promosi terhadap loyalitas nasabah pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah, maka semua variabel bebas yaitu pelayanan (X1), mutu (X2), dan promosi (X3) berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah (Y) pada Bank Muamalat Kantor Cabang Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat dari nilai diatas nilai f_{hitung} sebesar 25,761 lebih besar dari nilai f_{tabel} sebesar 2,72 menunjukkan besarnya peran atau kontribusi variabel bebas yang meliputi pelayanan (X1), mutu (X2), promosi (X3)

mempengaruhi variabel terikat yaitu loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah (Y).

B. Saran

Adapun saran-saran yang dapat peneliti berikan, yaitu sebagai berikut:

1. Melihat dari analisis yang menyebutkan bahwa variabel pelayanan (X1), mutu (X2), dan promosi (X3) yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah (Y) pada Bank Muamalat Kantor Cabang Banjarmasin. Agar dapat memberikan perhatian lebih terhadap variabel-variabel yang telah terbukti berpengaruh, karena didalam penelitian ini semua sub variabel dari variabel X yaitu pelayanan, mutu dan promosi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah.
2. Bagi peneliti berikutnya yang masih melihat bahwa penelitian ini masih terdapat kekurangan sekiranya dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah. Selain itu juga dapat mengambil objek yang berbeda maupun dengan meneliti variabel lain yang mungkin mempengaruhi loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah.