

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Loyalitas Mahasiswa FEBI UIN Antasari Sebagai Nasabah di Bank Syariah Indonesia, dapat diambil simpulan:

1. Variabel kualitas produk, kualitas layanan, dan promosi secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas. Hal tersebut dapat diketahui berdasarkan hasil yang diperoleh dari uji parsial, dengan variabel kualitas produk dimana nilai t hitung 6,354 lebih besar dari pada nilai t tabel 2,003 ($6,354 > 2,003$) dan mempunyai nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ (signifikan), variabel kualitas layanan nilai t hitung 5,065 lebih besar dari pada nilai t tabel 2,003 ($5,065 > 2,003$) dan mempunyai nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ (signifikan), dan variabel promosi nilai t hitung sebesar 8,337 lebih besar dari pada nilai t tabel 2,003 ($8,337 > 2,003$) dan mempunyai nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ (signifikan), artinya H_a diterima dan H_0 ditolak.
2. Variabel kualitas produk, kualitas layanan, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, dengan nilai F hitung 26,961 lebih besar dari pada nilai F tabel 3,16 ($26,961 > 3,16$) dan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$.

B. Saran

Berdasarkan simpulan penelitian, penulis memberi beberapa saran berikut:

1. Bagi Bank Syariah agar lebih dapat memperkenalkan produk-produk nya melalui promosinya secara langsung ataupun melalui media elektronik agar kualitas produknya dapat diketahui lebih luas tidak hanya oleh pelajar ataupun mahasiswa bahkan oleh masyarakat pun yang akhirnya dapat meningkatkan loyalitas nasabah. dan dalam hal kualitas layanan pihak Bank Syariah harus selalu dapat menjaga dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah.
2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan agar memperluas penelitian dengan menambah variabel atau indikator baru yang relevan dengan masalah loyalitas nasabah, dan menggunakan sampel yang berbeda ataupun lebih banyak sampel sehingga dapat memperoleh hasil penelitian yang lebih akurat.