

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka kesimpulan penelitian yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah BSI KCP Martapura” antara lain, yaitu:

1. Variabel Religiusitas, Citra Perusahaan dan Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah BSI KCP Martapura. Dapat dilihat dari nilai uji t yang signifikan variabel Religiusitas ( $0,025 < 0,05$ ), variabel Citra Perusahaan ( $0,044 < 0,05$ ) dan variabel Kepercayaan ( $0,046 < 0,05$ ). Semua nilai adalah signifikan yang artinya semua variabel berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah.
2. Semua Variabel yaitu Religiusitas, Citra Perusahaan dan Kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah BSI KCP Martapura. Dapat dilihat dari nilai uji f yang menunjukkan nilai f lebih kecil dari pada nilai alfa ( $0,005 < 0,05$ ) yang artinya berpengaruh secara signifikan semua variabel terhadap Loyalitas Nasabah.

#### **B. Saran-saran**

Berdasarkan hasil simpulan penelitian di atas mengenai penelitian yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap

Loyalitas Nasabah BSI KCP Martapura”, maka saran-saran dalam penelitian ini antara lain, yaitu:

1. Saran untuk BSI KCP Martapura adalah memperbanyak melakukan kegiatan sosialisai atau literasi mengenai pentingnya memilih produk dan jasa perbankan syariah. Hal ini dilakukan untuk mencerdaskan masyarakat untuk dapat membedakan perbankan syariah dengan konvensional dan pengetahuan mengenai produk-produk bank syariah serta memperluas pangsa pasar.
2. Saran untuk masyarakat atau nasabah dari Martapura adalah lebih cerdas dan mencermati produk atau jasa perbankan syariah yang akan dipilih, sudah sesuai prinsip Islam atau masih menggunakan mekanisme konvensional agar terhindar dari unsur riba atau bunga. Oleh sebab itu, pengetahuan religiusitas sangat penting agar dapat membedakan bank syariah dengan konvensional.
3. Saran untuk peneliti selanjutnya ialah lebih mendalam melakukan penelitian mengenai perilaku masyarakat Martapura dalam memilih produk dan jasa perbankan syariah yang bisa dipengaruhi oleh kualitas produk, kualitas pelayanan, keamanan, kemudahan dan faktor lainnya.