

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tabungan dengan kepuasan sebagai variabel intervening di Bank Syariah Mandiri Tulungagung yang diperoleh dari lapangan dan diolah menggunakan *IMB SPSS Statistic 25* maka peneliti menemukan hasil dan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t terkait pengaruh variabel kualitas produk (X1) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas produk dari Bank Syariah Mandiri sesuai dengan kebutuhan nasabah serta memiliki beragam produk menarik yang dapat dipilih nasabah dan tentunya terhindar dari yang namanya riba. Sejalan dengan itu, semakin baik kinerja suatu produk, maka akan mendorong peningkatan kepuasan nasabah. Demikian pula sebaliknya, semakin rendah dan buruknya suatu produk, maka akan mengurangi tingkat kepuasan nasabah.
2. Berdasarkan hasil uji t terkait pengaruh variabel kualitas pelayanan (X2) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa Bank Syariah Mandiri mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah seperti, pelayanan yang cepat, pelayanan yang ramah, pelayanan yang baik, sopan dan teratur, fasilitas yang lengkap, dan pelayanan yang lainnya. Pelayanan

merupakan hal yang penting dalam industri jasa perbankan. Kualitas pelayanan yang baik dapat menimbulkan persepsi yang baik dari nasabah. Semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah.

3. Berdasarkan hasil uji t terkait pengaruh variabel kualitas produk (X1) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin bagus kualitas produk akan diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah sehingga terjadilah pengulangan pembelian produk oleh nasabah. Karena untuk membuat nasabah menjadi loyal diperlukan sifat dan ciri-ciri produk yang khas yang berbeda dari produk lain, sehingga membuat orang-orang tertarik untuk membeli produk secara berulang, namun perlu disesuaikan juga dengan keinginan dan harapan dari para nasabah.
4. Berdasarkan hasil uji t terkait pengaruh variabel kualitas pelayanan (X2) tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini bukan berarti kualitas pelayanan Bank Syariah Mandiri Tulungagung yang buruk, melainkan ada beberapa faktor lain yang tidak mendukung loyalitas nasabah, seperti jarak rumah yang jauh dengan bank dan banyak yang memiliki rekening di bank yang lain.
5. Berdasarkan hasil uji t terkait pengaruh variabel kepuasan (Y) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa kepuasan nasabah adalah salah satu keadaan

yang harus dicapai untuk menciptakan loyalitas. Sebagian besar nasabah Bank Syariah Mandiri Tulungagung sudah merasa puas dengan produk dan pelayanan yang sudah diberikan, dari mudahnya bertransaksi langsung di Bank maupun bertransaksi menggunakan ATM dan internet banking, serta pelayanan yang ramah dari customer service dan teller, fasilitas yang mendukung seperti koran, air minum, permen, tata ruangan yang rapi, bersih, sejuk dan lain sebagainya. Sejalan dengan itu, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah, maka nasabah akan semakin loyal.

## **B. SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas penelitian ini.

Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

### **1. Bagi Pihak Bank Syariah Mandiri Tulungagung**

Diharapkan kepada pihak bank untuk menambah *customer service* agar lebih mengefisienkan pekerjaan mengingat banyaknya nasabah yang tertarik untuk membuat rekening tabungan baik itu tabungan haji, tabunganku, tabungan berencana serta tabungan BSM yang akan memakan waktu sangat lama, sehingga membuat nasabah yang ingin mengeluhkan tentang rekening tabungan yang mereka miliki harus menunggu antrian berjam-jam bahkan sampai

meninggalkan pekerjaan mereka. Semoga penelitian ini memberikan manfaat untuk Bank Syariah Mandiri Tulungagung serta menjadi bahan masukan untuk strategi meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk dan kualitas pelayanan agar terus menciptakan kepuasan nasabah sehingga meningkatkan loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung.

2. Bagi Pihak Akademik

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu, khususnya mengenai konsep manajemen pemasaran. Selain itu dapat dijadikan referensi dan sumber keilmuan bagi pihak akademik khususnya di jurusan Perbankan Syariah dan tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini. Oleh karena itu, diharapkan penelitian selanjutnya lebih mempertimbangkan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen, seperti variabel harga, *emotional value*, biaya dan kemudahan. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah lebih banyak referensi teori yang mendukung penelitian selanjutnya.