

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Komunikasi tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan BMT Pahlawan Tulungagung. Akan tetapi hubungan pengaruhnya bersifat positif, artinya semakin baik komunikasi antara BMT dengan nasabah, maka akan meningkatkan loyalitas namun sifatnya tidak secara langsung. Hal ini bisa saja terjadi karena seringkali dalam komunikasi terjadi kesalahpahaman, terlebih lagi BMT sebagai lembaga keuangan yang menangani banyak nasabah dengan kebutuhan yang berbeda-beda.
2. Kepercayaan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan BMT Pahlawan Tulungagung. Artinya, semakin tinggi kepercayaan nasabah tabungan kepada BMT akan meningkatkan loyalitas nasabah secara langsung, adanya kepercayaan ini juga didukung dengan lama nasabah menjadi nasabah tabungan di BMT, dan dari penelitian banyak nasabah yang telah menggunakan produk tabungan BMT 3 sampai 5 tahun atau bahkan 5 tahun lebih.
3. Kepuasan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan. Artinya, semakin puas nasabah tabungan BMT Tulungagung, maka akan meningkatkan loyalitasnya. Hal ini dikarenakan,

nasabah-nasabah yang merasa puas adalah nasabah yang sudah beberapa kali bahkan sudah lama merasakan manfaat dan kepuasannya sehingga membentuk loyalitas, karena kepuasan pada dasarnya adalah respon nasabah/pelanggan yang sudah menggunakan manfaat suatu produk/jasa yang mengarah pada penilaian positif atas produk/jasa tersebut.

4. Pengujian secara simultan variabel komunikasi, kepercayaan dan kepuasan memberikan pengaruhnya secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah. Hal ini membuktikan, apabila peningkatan komunikasi, kepercayaan dan kepuasan secara terus-menerus dan bersamaan akan memberikan pengaruh yang sangat positif terhadap loyalitas nasabah.

## **B. Saran**

Berdasarkan pembahasan-pembahasan yang telah diuraikan dalam penelitian ini, peneliti memberikan saran yang mungkin dapat bermanfaat untuk diperhatikan.

### **1. Bagi Praktisi**

Dengan diperolehnya hasil bahwa komunikasi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan, maka hendaknya ini digunakan sebagai acuan untuk koreksi dan lebih meningkatkan komunikasi yang jelas dan transparan kepada nasabah, agar loyalitas nasabah tabungan dapat positif dan meningkat. Dan dengan diperolehnya hasil bahwa kepercayaan dan kepuasan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan BMT Pahlawan Tulungagung, hasil tersebut berarti bahwa kepercayaan dan

kepuasan nasabah selama ini sudah terbangun. Oleh karenanya, BMT Pahlawan Tulungagung diharapkan tetap mempertahankan kepercayaan dan kepuasan dengan pelayanan yang selama ini dilakukan agar loyalitas nasabah tabungan tetap terjaga dan terus meningkat.

## 2. Bagi Akademik

Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan dokumentasi bahan acuan penelitian yang akan datang selain jurnal dan buku yang sudah ada.

## 3. Bagi Penelitian Mendatang

Variabel *relationship quality* pada teori yang dijelaskan Lovelock, Patterson dan Walker ada lima, diantaranya; kepercayaan, kepuasan, persepsi nilai, komunikasi dan ikatan sosial/persahabatan. Namun, dalam penelitian ini penulis hanya menggunakan 3 variabel yakni; komunikasi, kepercayaan dan kepuasan. Oleh karenanya, untuk penelitian mendatang, diharapkan dapat melengkapi sesuai variabel yang ada atau menambah variabel-variabel baru dengan teori yang lain. Hal ini dimaksudkan, agar penelitian dibidang *relationship quality* semakin beragam dan memberikan kontribusi yang besar untuk peningkatan loyalitas. Selain itu, penelitian ini hanya mengambil sampel di satu tempat yakni di BMT Pahlawan Tulungagung, oleh karenanya diharapkan penelitian kedepan dapat menambah sampel-sampel yang tidak hanya lingkup BMT tetapi juga keseluruhan Bank Umum Syariah.