

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian serta analisis data yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Ada pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan antara Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan.
3. Adanya pengaruh positif dan signifikan *Religiusitas Comitment* mempunyai Pengaruh Terhadap loyalitas pelanggan
4. Berdasarkan tabel hasil analisis regresi dapat dilihat bahwa nilai  $F_{hitung}$  diperoleh sebesar 16,209 lebih besar dari  $F_{tabel}$  (2,76), hal ini juga diperkuat dengan nilai taraf signifikansi sebesar 5% atau signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ , artinya  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan fit atau layak atau bisa diartikan variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan *Religiusitas Comitment* secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan
5. Berdasarkan hasil perhitungan tabel di atas menunjukkan bahwa *R Square* (nilai koefisien determinasi  $R^2$ ) sebesar 0,336 memberikan makna bahwa variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan *Religiusitas Comitment* dapat menjelaskan perubahan terhadap variabel loyalitas pelanggan sebesar 33,6%.

## **B. Keterbatasan penelitian**

Pada penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun masih memiliki keterbatasan:

1. Indikator masing-masing variabel jumlahnya terbatas.
2. Keterbatasan kondisi dan sebaran responden yang terdiri dari berbagai macam latar belakang, sehingga memunculkan persepsi yang beragam.
3. Responden terkadang sulit untuk mengisi karena waktu yang diberikan juga terbatas dan bersifat privasi.

## **C. Saran**

Untuk hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya kualitas pelayanan kepercayaan dan Religiusitas Comitment berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan maka saran yang dapat diberikan:

1. Bagi pihak BNI Syariah

Bagi BNI Syariah Cabang Surakarta kualitas pelayanan, kepercayaan dan Religiusitas Comitment harus diperhatikan dikarenakan kualitas pelayanan merupakan apa yang dirasakan pelanggan saat ditempat baik respon karyawan, jaminan perusahaan yang diberikan ke pelanggan, kantor yang sangat bagus dan nyaman, keandalan karyawan dalam memberikan pelayanan, dan empati karyawan kepada pelanggan, untuk kepercayaan merupakan keinginan yang ditimbulkan akibat pengalaman atas kepercayaan konsumen baik berupa kualitas dalam menerima pelanggan dan sikap moral yang baik, dan *Religiuos Commitmen* merupakan aktivitas pelanggan dalam menggunakan jasa keuangan syariah

yang dikaitkan dengan spiritual sehingga ketiga variable itu mencakup yang harus diperhatikan

Pengembangan bagi karyawan perlu adanya pelatihan yang mengajarkan tentang prosedur syariah dan kajian tentang rohanian.

2. Untuk penelitian yang akan datang diharapkan mengkaji lebih mendalam mengenai variabel yang akan digunakan dan dilakukan di BNI Syariah lain sehingga dapat mengetahui apakah variabel yang digunakan dapat konsisten untuk dijadikan sebagai dasar untuk perbaikan.