

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dari hasil angket yang penulis sebarakan kepada nasabah mengenai kualitas pelayanan BMT Nur-I'annah Cirebon yang terdiri dari kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti langsung. Dari hasil angket tersebut, responden yang menyatakan setuju sebanyak 48,69% dan yang menyatakan ragu-ragu 29%, sementara yang menyatakan tidak setuju sebanyak 22,32%.
2. Loyalitas nasabah merupakan kesetiaan nasabah kepada penyedia jasa yang telah memberikan pelayanan kepadanya. Loyalitas nasabah dapat diukur dengan tiga indikator yaitu *repeat*, *retention*, dan *refferal*, dari hasil angket yang penulis sebarakan kepada nasabah mengenai tiga indikator tersebut, responden yang menyatakan setuju sebanyak 44,01%, dan yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 23,33%, sementara yang menyatakan tidak setuju sebanyak 19,66%.
3. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah BMT Nur-I'annah Cirebon yang ditunjukkan dengan

diperolehnya nilai koefisien korelasi spearman rank sebesar 0,478 yang termasuk kategori sedang. Dari perhitungan regresi $Y = 18,36 + 0,08X$ yang berarti ada pengaruh yang positif dan signifikan yaitu setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 maka akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,08. Adapun besarnya pengaruh ditunjukkan dari hasil perhitungan determinasi, diperoleh nilai sebesar 22,30%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BMT Nur-I' anah Cirebon sebesar 22,30%, sisanya 77,70% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti diantaranya, bagi hasil, lokasi, dan pemahaman masyarakat tentang BMT.

5.2 Saran

1. Kualitas pelayanan yang sudah cukup baik dan sudah banyak diterima oleh nasabah sebaiknya terus ditingkatkan agar nasabah tetap loyal.
2. Loyalitas nasabah yang sudah baik, hendaknya dipertahankan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan, selain itu juga pihak BMT harus melakukan sosialisasi tentang BMT kepada masyarakat yang belum paham.
3. Loyalitas nasabah bukan hanya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan saja, tapi juga bisa dipengaruhi oleh bagi hasil, lokasi, dan pemahaman masyarakat tentang BMT.