

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Riset ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Islamic branding* terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai *variable intervening* pada BSI KC Cirebon Siliwangi. Dari penelitian yang telah dilakukan dapat diberi kesimpulan yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa perhitungan uji t (secara parsial) *islamic branding* (X1) terhadap loyalitas nasabah (Y) secara langsung memiliki nilai thitung lebih besar dari ttabel ( $6,603 > 1,660$ ) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , yang berarti bahwa *Islamic branding* (X1) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y).
2. Berdasarkan perhitungan uji t *islamic branding* (X1) terhadap kepuasan nasabah (X2) secara langsung memiliki nilai thitung lebih besar dari ttabel ( $8,657 > 1,660$ ) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , yang berarti bahwa *Islamic branding* (X1) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (X2).
3. Berdasarkan perhitungan uji t kepuasan nasabah (X2) terhadap loyalitas nasabah (Y) secara langsung memiliki nilai thitung lebih besar dari ttabel ( $8,657 > 1,660$ ) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , yang berarti bahwa kepuasan nasabah (X2) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y).
4. Berdasarkan perhitungan uji t *Islamic branding* (X1) melalui kepuasan nasabah (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y). Hal ini dibuktikan dengan besarnya direct effect lebih besar dari indirect effect  $0,555 > 0,385$ . Dari hasil perhitungan uji f (secara simultan) kepuasan nasabah (X2) dan *islamic branding* (X1) terhadap loyalitas nasabah (Y) memiliki nilai  $f_{hitung}$  sebesar 21,820 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Berdasarkan hasil perhitungan diketahui

bahwa nilai  $f_{hitung}$  lebih besar dari  $f_{tabel}$  ( $21.820 > 3,94$ ) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Yang berarti, variabel *Islamic branding* dan kepuasan nasabah mempengaruhi loyalitas nasabah secara bersama-sama.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka saran yang diberikan sebagai berikut :

### 1. Bagi BSI KC Cirebon Siliwangi

#### a. *Islamic Branding*

Sebaiknya pihak bank kedepannya lebih memberikan kepercayaan terhadap nasabah bahwasannya bank BSI KC Cirebon Siliwangi telah beroperasi dengan syariat islam. Upaya yang dapat dilakukan dapat berupa menempatkan papan informasi mengenai penjelasan produk-produk bank syariah yang telah memenuhi syariat islam.

#### b. Kepuasan Nasabah

Sebaiknya BSI KC Cirebon Siliwangi memberikan informasi mengenai lokasi ATM BSI yang tersebar di kota Cirebon. Karna banyak nasabah mengeluhkan ATM yang masih sulit ditemukan dan dijangkau. Upaya yang dapat dilakukan dapat berupa penambahan mesin ATM di kota Cirebon.

#### c. Loyalitas Nasabah

Sebaiknya BSI KC Cirebon Siliwangi memberikan apresiasi kepada para nasabahnya agar mereka tidak beralih ke bank lain. Upaya yang dapat dilakukan dapat berupa memberikan hadiah kepada nasabah yang telah loyal terhadap BSI KC Cirebon Siliwangi

### 2. Bagi peneliti selanjutnya

a. Diharapkan dapat melanjutkan penelitian dengan meneliti tentang variabel lainnya yang mempengaruhi loyalitas nasabah.

- b. Hasil riset ini dapat dijadikan sebagai acuan mengenai pembahasan yang berkaitan dengan topik dalam proses perkuliahan.
- c. Dalam penelitian ini hanya mengambil responden nasabah BSI KC Cirebon Siliwangi. Alangkah lebih baik jika penelitian yang akan datang dapat mengambil responden dari nasabah BSI di tempat yang belum pernah diteliti.
- d. Dalam penelitian penulis menguji variabel intervening menggunakan program SPSS dengan *path analysis* diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan program analisis lainnya seperti SEM (*Structural Equation Modeling*).

