

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat kita tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh marketing mix terhadap loyalitas nasabah antara lain:
 - a. Variabel produk (X_1) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas. Terlihat t hitung $(-1,569) < t$ tabel $(1,666)$ yang berarti produk tidak mempunyai andil dalam mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas.
 - b. Variabel harga (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas. Terlihat t hitung $(2,042) > t$ tabel $(1,666)$ yang berarti harga mempunyai andil dalam mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas.
 - c. Variabel lokasi (X_3) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas. Terlihat t hitung $(-1,062) < t$ tabel $(1,666)$ yang berarti lokasi tidak mempunyai andil dalam mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas.

- d. Variabel promosi (X_4) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas. Terlihat t hitung $(0,804) < t$ tabel $(1,666)$ yang berarti promosi tidak mempunyai andil dalam mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas
- e. Variabel people (X_5) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas. Terlihat t hitung $(0,343) < t$ tabel $(1,666)$ yang berarti people tidak mempunyai andil dalam mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas.
- f. Variabel physical evidence (X_6) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas. Terlihat t hitung $(1,210) < t$ tabel $(1,666)$ yang berarti physical evidence tidak mempunyai andil dalam mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas.
- g. Variabel process (X_7) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas. Terlihat t hitung $(4,743) > t$ tabel $(1,666)$ yang berarti process mempunyai andil dalam mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas.

h. Variabel produk (X_1), harga (X_2), lokasi (X_3), promosi (X_4), orang (X_5), bukti fisik (X_6) dan proses (X_7) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas. Terlihat F hitung (6,742) > F tabel (2,138) yang berarti produk, harga, lokasi, promosi, orang, bukti fisik, dan proses mempunyai andil dalam mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas.

2. Variabel yang paling berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menabung di BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas adalah variabel proses dan harga.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan diatas, maka diajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi BPRS Asad Alif Kantor Kas Bergas diharapkan lebih meningkatkan profesionalisme kerja.
2. Adanya peningkatan mutu sumber daya insani pengelola melalui pendidikan dan pelatihan yang mendalami masalah marketing mix terutama yang secara syari'ah.

5.3 Penutup

Dengan kebesaran serta kekuasaan Allah SWT , akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dari studi penulis. Tetapi skripsi ini tidak dapat dikatakan sebagai hasil karya penulis sendiri. Karena tanpa bimbingan dan

terkabulnya doa skripsi ini tidak akan pernah terselesaikan. Penulis yakin, Allah SWT Maha Mendengar semua doa dan Maha Menyayangi semua makhlukNya. Jadi sedikit pengetahuan yang dimiliki penulis adalah sebuah anugerah dan ciptaan Allah SWT, yang jauh lebih besar dan agung.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, semoga bermanfaat bagi penulis sendiri maupun pembaca. Amin.....