

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

1. Dengan melihat hasil penelitian yang dibahas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel faktor *spiritual marketing* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Pati. Kondisi ini dilihat dari hasil t hitung (3.613) lebih besar dari t tabel (1.290), yang berarti hasil penelitian faktor *spiritual marketing* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dapat dipercaya.
2. Pengujian secara parsial masing-masing faktor *spiritual marketing* menunjukkan bahwa:
 - 1) Teistis (*rabbâniyyah*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, karena tingkat probabilitasnya kurang dari 10% yaitu sebesar 0.009.
 - 2) Humanistis (*insâniyyah*) tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah karena tingkat probablilitasnya lebih dari 10% yaitu sebesar 0.208.
 - 3) Realistis (*al-wâqi'iyyah*) tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah karena tingkat probablilitasnya lebih dari 10% yaitu sebesar 0.870.
 - 4) Etis (*akhlâqiyyah*) tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah karena tingkat probablilitasnya lebih dari 10% yaitu sebesar 0.541.

5.2. Saran

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

1. Sebaiknya Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Pati lebih aktif dalam memberitahukan fasilitas-fasilitas yang ditawarkan kepada nasabah. Terutama fasilitas belajar agama Islam. Karena berdasarkan kuesioner yang diisi pada item pertanyaan tersebut, sebagian besar nasabah (37%) menyatakan netral dengan alasan tidak mengetahui informasi tersebut dan merasa tidak pernah ditawarkan. Padahal ketika hal ini dimanfaatkan, akan menambah nilai differensiasi lebih yang begitu besar bagi Bank Muamalat dibandingkan lembaga perbankan lain.
2. Bank Muamalat sebaiknya lebih berhati-hati ketika akan menaikkan biaya jasa yang ditetapkan. Karena berdasarkan hasil kuesioner untuk item pertanyaan terkait menunjukkan sebagian besar nasabah (40%) menyatakan netral, yang berarti jawaban ini mengindikasikan bahwa sebanyak 40% nasabah bisa saja berpindah ke bank lain jika Bank Muamalat Indonesia menaikkan biaya jasanya.
3. Adanya peningkatan sumber daya insani pengelola melalui pendidikan dan pelatihan mengenai konsep *spiritual marketing/syariah marketing*.
4. Bank Muamalatkan Indonesia diharapkan meningkatkan pelayanan dan kualitasnya yang lebih baik di masa yang akan datang.

5.3. Limitasi

Berdasarkan hasil pembahasan pada penelitian ini, di mana faktor *spiritual marketing* hanya berpengaruh sebesar 11.8% terhadap loyalitas nasabah. Maka bagi penelitian selanjutnya mengenai *spiritual marketing* direkomendasikan untuk menambahkan variabel lain selain variabel *spiritual marketing* atau menambahkan faktor-faktor *spiritual marketing* yang lain. Dikarenakan dalam penelitian ini diasumsikan bahwa masih terdapat faktor-faktor lain dari *spiritual marketing* yang belum dimasukan dalam model penelitian ini. Hal ini dimaksudkan untuk mendapatkan hasil statistik yang lebih kuat.

5.4. Penutup

Puji syukur kepada Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-NYA penyusunan skripsi sebagai tugas akhir dan syarat memperoleh gelar sarjana strata satu (S.1) ini dapat diselesaikan dengan lancar. Penulis menyadari bahwa isi dari karya tulis skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, penulis berharap saran dan kritik yang bersifat konstruktif dari berbagai pihak untuk perbaikan karya tulis-karya tulis yang lain. Semoga karya tulis skripsi ini dapat memberikan manfaat yang besar bagi semua pihak, khususnya bagi penulis sendiri. Terima kasih.