

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan pengaruh *relationship marketing* terhadap loyalitas nasabah BMT Muamalat Limpung, maka dapat diambil kesimpulan, Hasil pengujian secara parsial uji (t test) menunjukkan bahwa hipotesis kedua yang diajukan benar, yaitu variabel *relationship marketing*, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada BMT Muamalat Limpung. Dilihat dari nilai dari  $t_{hitung}$  sebesar 10,403 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,66 maka apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $10,403 > 1,66$ ), jadi  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak.

Hasil pengujian koefisien regresi nilai konstanta sebesar 0,356, dan nilai koefisien dari *relationship marketing* (X) sebesar 0,867 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) satu nilai pada variabel *relationship marketing* akan memberikan kenaikan skor sebesar 0,867. Artinya setiap *relationship marketing* bertambah 1% maka loyalitas nasabah BMT Muamalat Limpung akan sebesar 0,867.

Dari hasil uji koefisien determinasi *model summary* diperoleh nilai R Square ( $R^2$ ) adalah 0,525 atau 52,50%. Berarti bahwa variabel independen *relationship marketing* mampu menjelaskan variabel dependen loyalitas nasabah BMT Muamalat Limpung sebesar 52,50%. Sedangkan sisanya sebesar

47,50% ditentukan atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam analisa atau penelitian ini.

## 5.2 Saran

Melihat keterbatasan dari penelitian pengaruh *relationship marketing* terhadap loyalitas nasabah BMT Muamalat Lempung, maka perlu dilakukan beberapa penelitian lanjutan sehingga dapat menjawab keterbatasan dari penelitian ini. Dan berdasarkan hasil dari kesimpulan di atas penulis akan memberikan beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat bagi semua pihak. Adapun saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Upaya BMT Muamalat Lempung dalam meningkatkan loyalitas nasabah dengan menggunakan *relationship marketing* sangat baik. Sehingga *relationship marketing* mempengaruhi loyalitas nasabah di BMT Muamalat Lempung, meskipun begitu hendaknya pihak BMT Muamalat Lempung juga tetap memperhatikan aspek lain, sehingga dapat memaksimalkan pelayanan dan mutu kepada nasabah. dan mencari tahu faktor lain yang mempengaruhi Loyalitas nasabah.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan data yang lebih akurat dengan jumlah yang lebih banyak, menggunakan metode dan alat uji yang lebih lengkap dan akurat sehingga kesimpulan yang diperoleh akan lebih baik dan valid.

### 5.3 Penutup

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat taufik dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari skripsi ini jauh dari sempurna maka dari itu kritik yang membangun dari pembaca sangat kami harapkan. Sebagai akhir kata, terbesit harapan dari penulis, semoga skripsi ini dapat memberi pengetahuan baru bagi pembaca pada umumnya, dan bermanfaat bagi penulis di masa yang akan datang. *Amin Yaa Rabbal Alamin.*