

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan hasil dari masing-masing variabel penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Hal ini dibuktikan dengan semakin baik citra KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri, loyalitas nasabah juga semakin tinggi.
2. Kualitas Pelayanan Islami berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Hal ini dibuktikan dengan semakin baik kualitas pelayanan islami KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri, loyalitas nasabah juga semakin tinggi.
3. Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini dibuktikan dengan semakin baik citra KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri, kepuasan nasabah juga semakin meningkat.
4. Kualitas Pelayanan Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini dibuktikan dengan semakin baik kualitas pelayanan islami KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri, kepuasan nasabah juga semakin meningkat.
5. Kepuasan Nasabah berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Hal ini dibuktikan dengan semakin meningkatnya kepuasan nasabah KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri, loyalitas nasabah juga semakin tinggi.
6. Kepuasan Nasabah memediasi pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan adanya pengaruh citra

perusahaan terhadap loyalitas nasabah bertambah setelah mengontrol variabel intervening yaitu kepuasan nasabah.

7. Kepuasan Nasabah tidak memediasi pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan adanya pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap loyalitas nasabah tidak bertambah setelah mengontrol variabel intervening yaitu kepuasan nasabah.

A. Saran

Setelah penulis melakukan penelitian pada KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Tanjung Lago, maka penulis memberikan saran berupa masukan yang mungkin dapat dipergunakan untuk mengetahui adanya kekurangan, yaitu:

1. Bagi Peneliti

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel-variabel lainnya, jumlah sampel dan rentang waktu yang berbeda dan lebih lama agar diperoleh hasil yang lebih akurat dan seberapa besar pengaruh antara variabel independen dan variabel intervening terhadap Loyalitas Nasabah. Peneliti selanjutnya juga diharapkan agar memperhatikan nilai dari setiap variabel penelitiannya.

2. Bagi Akademisi

Bagi akademisi diharapkan agar dapat menjadikan penelitian ini sebagai salah satu referensi guna untuk melakukan penelitian yang sejenis di masa yang akan datang. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi Loyalitas Nasabah, misalnya faktor nilai nasabah, komitmen, religiusitas, dan lainnya, serta menambah kekurangan yang

ada pada penelitian ini sehingga makin memperkaya pengetahuan tentang variabel yang dapat mempengaruhi Loyalitas Nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. *Tafsir Ibnu Katsir*. Jilid 5. Bogor : Pustaka Asy-Syafi'i.
- Aisyah, Siti. *Pengaruh Citra Lembaga, Kualitas Pelayanan Islami, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Anggota BMT Anugrah Kecamatan Batang Kuis Kabupaten Deli Serdang*. Skripsi. Medan : UINSU, 2019.
- Alma, Buchari, dan Donni Juni Priansa. 2009. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung : Alfabeta.
- Al-Arif, M. Nur Rianto. 2010. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Alfabeta.
- Almassawa, Syafieq Fahlevi. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Implikasi Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan*. Jurnal KREATIF : Pemasaran, Sumber Daya Manusia dan Keuangan, Vol.6 No.3.
- Amsyari, Fuad. 1990. *Strategi Umat Islam Indonesia*. Bandung:Mizan.
- Apriyanti, Putri, Djasuro Surya, dan Lutfi. 2017. *Analisis Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa (JRBMT), Vol.1 No.2.
- Arief, Mts. 2007. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan : Bagaimana Kualitas Pelayanan Agar Memuaskan Pelanggan*. Malang : Bayumedia Publishing.

- Dedi Mulyadi, dkk. 2012. *Analisis Strategi Pemasaran Jasa Lembaga Pembiayaan Non Bank pada PT Oto Multiartha Karawang*. Jurnal Manajemen, Vol.09 No.2.
- Deli, Darlina. 2016. *Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jasa Perhotelan*. JOM FISIP, Vol. 1 No. 3.
- Euis, Amalia. 2009. *Keadilan Distribusi dalam Ekonomi Islam Penguatan Peran LKM dan UKM di Indonesia*. Jakarta : Rajawali Pers.
- F, Tjiptono. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang : Banyumedia Publishing.
- Griffin. 2005. *Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Gunara, Thorik, dan Utus Hardiono. 2007. *Marketing Muhammad Saw*. Bandung : PT Karya Kita.
- Harahap, Soritua Ahmad Ramdani, dan Mohammad Gozali. 2020. *Peran Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) dalam Pengembangan Ekonomi Umat*. Human Falah, Vol.07 No. 1
- Huda, Nurul dan Muhammad Heykal. 2010. *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Huda, Nurul dkk.,. 2016. *Baitul Mal Wa Tamwil Sebuah Tinjauan Teoritis*. Jakarta : AMZAH.
- Huda, Miftahul. *Pengaruh Citra Perusahaan dan Komunikasi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Arjuna Purwosari-Pasuruan*. Skripsi.

- Ismanto, Kuat. 2015. *Pengelolaan Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) di Kota Pekalongan*. Jurnal Penelitian, Vol.12 No.1.
- Karim, Adiwarmen A. 2003. *Bank Islam : Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta : Raja Grafindo.
- Kertajaya, Hermawan, dan Muhammad Syakir Sula. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung : Mizan.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta :Prenhallindo.
- Kotler, dan Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri. *Laporan Pertanggungjawaban Rapat Anggota Tahunan (RAT) Tahun 2020*. KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Kecamatan Tanjung Lago.
- KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri. *Laporan Break Down Kolektibilitas Tahun 2021*. KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Kecamatan Tanjung Lago.
- Lupiyoadi, Rambat. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.

- L, Goetsch D, and Davis S. 1994. *Introduction to Total Quality, Produktivity,Competitivenes, Englewood Cliffs.* NJ : Prentice Hall Internasional.
- Makis, Raisza.2001. *Analisis Strategi Bauran Pemasaran terhadap Peningkatan Volume Omzet Toyota Avanza di Showroom PT. Johar Megah Motor Makassar,* hlm. 5.
- Mandong, Indah S, Altje L.Tumbel, dan Hendra N. Tawas. 2017. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BNI (Persero)Tbk Kantor Cabang Manado.* Jurnal EMBA, Vol.5 No.3.
- Musid, M. 2014. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Mutmainnah. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah.* Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa, Vol.10 No.2.
- Nirwana. 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa.* Malang : DIOMA.
- Nisa, Kholifatun. *Pengaruh kualitas pelayanan Islami dan Kepercayaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah di BRI Syariah KC Semarang.* Skripsi. Semarang : UIN Walisongo Semarang, 2019.
- Normasari, Selvy, Srikandi Kumadji, dan Andriani Kusumawati. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada tamu Pelanggan yang menginap di Hotel Pelangi Malang).* Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol.6 No.2.

- Nuraini, Alifah. 2014. *Pengaruh Citra Pelayanan, Aksesoris Jasa, Keragaman Produk dan Nilai Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. IX No. 1.
- Othman dan Owen. 2001. *Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Bank*. A Case Study in Kuwait Finance House.
- Philip, Kotler. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : ANDI.
- Pontoh, Michael B, Lotje Kawet, dan Willem A. Tumbuan. 2014. *Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado*. Jurnal EMBA, Vol.2 No. 3.
- Pradana, M. Bastian V, dkk., 2019. *Studi Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Layanan dan Citra Bank Sumsel Babel*. Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia, Vol.02 No.2.
- Rianto, M. Nur. 2010. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : ALFABETA.
- Rohayah, Siti. 2021. "Sisa Hasil Usaha (SHU)". *Hasil Wawancara Pribadi* : 09 Februari 2021, KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri.
- Sangadji, Sangadji, dan Sopiha. 2013. *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan*, Jurnal Penelitian,
- Sentosa, Jarot, Denny Mahendra, dan Aris Tri Haryanto. 2020. *Pengaruh*. Jurnal Manajemen dan Pendidikan, Vol.7 No.1.

- Soemirat dan Ardianto. 2009. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta:PRENADAMEDIA GROUP.
- Soemirat dan Ardianto. 2003. *Dasar-dasar Public Relation*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- Soemitra, Andri. 2009. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta:PRENADAMEDIA GROUP.
- Supriono. 1985. *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Supriyatmini, Tuti. *Pengaruh Persepsi Nasabah tentang Kualitas Pelayanan terhadap Loylitas Nasabah pada Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) ANDA Semarang*. Skripsi. Semarang : Unnes, 2005.
- Suratno, Aziz Fathoni, dan Andi Tri Haryono. 2016. *Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalits Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada PT Pelabuhan Indonesia III Semarang*, Journal Of Management, Vol.2 No. 2.
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : Remaja Posday.
- Swastha, Basu. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Swastha, Basu. 1984. *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta : Liberty Yogyakarta.
- S, Moenir A. 2002. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara.

Tjahjaningsih, Endang.2013. *Pengaruh Citra dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Media Ekonomi dan Manajemen, Vol.28 No. 2.

Usamara. 2003. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran Cetakan Pertama*. Yogyakarta : Amara Books.

Wartanto, Panggah Anang. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Relationship Marketing dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening*. Skripsi. Salatiga : IAIN Salatiga, 2019.