

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian mengenai Produk, Lokasi, dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang serta didukung dengan teori-teori yang melandasi pada bab-bab sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa :

1. Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang. nilai signifikansi variabel Produk (X1) adalah sebesar 0,024 lebih kecil dari 0,05 dan hasil  $t_{hitung} 2,293 > t_{tabel} 1,984$  .
2. Lokasi berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang. nilai signifikansi variabel lokasi (X2) adalah sebesar 0,010 lebih kecil dari 0,05 dan nilai  $t_{hitung} 2,629 > t_{tabel} 1,984$ .
3. Promosi berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang. nilai signifikansi variabel promosi (X3) adalah sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05 dan nilai  $t_{hitung} 4,042 > t_{tabel} 1,984$ .
4. Secara simultan, Produk, Lokasi dan Promosi berpengaruh terhadap Loyalitas pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah

Palembang. Nilai signifikansi 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai  $F_{hitung}$  52,365 >  $F_{tabel}$  2,70.

## **B. Saran**

1. Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang seharusnya lebih memperhatikan terkait Produk yang dimiliki. Seperti kualitas pada produk. Sehingga, nasabah merasa lebih puas lagi akan produk yang ditawarkan oleh Bank Sumsel Babel Syari'ah.
2. Lokasi Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang lumayan strategis karena berada tepat di keramaian kampus UIN Raden Fatah. Akan tetapi sebaiknya lebih memperhatikan akses menuju Bank supaya nasabah tidak kesusahan dalam berkunjung.
3. Promosi yang dilakukan oleh Bank Sumsel Babel Syari'ah sejauh ini cukup baik. Mulai dari promosi menggunakan media cetak, TV, dan Radio telah melekat di pikiran nasabah. Semoga tetap dapat mempertahankan supaya tidak tenggelam oleh perusahaan yang sejenis lainnya.
4. Diharapkan dapat mempelajari dan mengkaji penelitian ini dengan cara menambah variable penelitian seperti variable lain dalam bauran pemasaran khususnya supaya dapat menambah referensi dan pengalaman khususnya di bidang perbankan.