

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berlandaskan hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Model CARTER Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada BTN Syariah KCP Kudus”, bisa diambil kesimpulan, yakni:

1. Ada pengaruh negatif antara kualitas layanan model CARTER terhadap loyalitas nasabah di BTN Syariah KCP Kudus. Hal ini diperlihatkan oleh koefisien sejumlah $-0,345$ dan tingkat signifikansi sejumlah $0,001 (< 0,05)$. Ini bermakna bahwa kenaikan kualitas layanan dengan model CARTER justru bisa menurunkan loyalitas nasabah. Sehingga, bisa diambil kesimpulan bahwa kualitas layanan model CARTER tidak bisa meningkatkan loyalitas nasabah. Hal ini memperlihatkan bahwa sikap loyalitas nasabah terbentuk melalui sejumlah faktor lain selain kualitas layanan dengan model CARTER.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan model CARTER pada kepuasan nasabah di BTN Syariah KCP Kudus, dengan koefisien kualitas layanan model CARTER sejumlah $0,294$ dan nilai signifikansi sejumlah $0,009 (< 0,05)$. Maknanya, semakin baik kualitas layanan model CARTER yang diberikan oleh bank, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Kualitas layanan yang baik menjadi faktor kunci dalam membangun dan mempertahankan kepuasan nasabah dalam industri perbankan syariah.
3. Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di BTN Syariah KCP Kudus, dengan koefisien kepuasan nasabah sejumlah $0,551$ dan nilai signifikansi sejumlah $0,001 (< 0,05)$. Ini memperlihatkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah, maka akan semakin tinggi pula tingkat loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah yang tinggi akan menciptakan kesetiaan atau loyalitas yang tinggi pada produk dan layanan bank.
4. Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan model CARTER terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening di BTN Syariah KCP Kudus. Pengujian memperlihatkan bahwa kepuasan nasabah bisa memediasi pengaruh kualitas layanan dengan model CARTER terhadap loyalitas nasabah, dengan nilai *p-value* sejumlah

0,015 ($<0,05$). Kualitas layanan model CARTER yang baik tidak hanya langsung meningkatkan loyalitas nasabah, tetapi juga melalui kenaikan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah menjadi faktor penting yang menghubungkan kualitas layanan dengan loyalitas. Saat nasabah merasa puas dengan kualitas layanan model CARTER, mereka cenderung untuk tetap loyal terhadap bank itu. Tingkat kepuasan nasabah menjadi penentu utama kesetiaan nasabah pada produk dan layanan bank syariah.

B. Keterbatasan Penelitian

Pada studi ini, hanya dipakai satu variabel independen, yakni kualitas layanan dengan model CARTER, untuk mengukur loyalitas nasabah di BTN Syariah KCP Kudus. Sebenarnya, ada banyak faktor lain yang mempengaruhi loyalitas nasabah, tetapi peneliti hanya memilih satu variabel itu. Di lain sisi, responden penelitian ini hanya berfokus pada satu bank syariah dan tidak memuat nasabah dari bank syariah lainnya di Kudus.

C. Saran

Berlandaskan hasil penelitian yang dijalankan, peneliti mengajukan sejumlah saran, yakni:

1. Saran untuk BTN Syariah KCP Kudus

Diharapkan penelitian ini bisa menjadi referensi bagi perbankan syariah, terlebih BTN Syariah KCP Kudus, dalam mempertahankan loyalitas nasabah melalui kenaikan kualitas layanan dengan model CARTER. Hal ini bermaksud untuk menciptakan kepuasan nasabah yang pada akhirnya akan berpengaruh positif pada loyalitas mereka. Semakin baik persepsi nasabah pada kualitas pelayanan yang disediakan oleh bank, semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah. Meskipun hasil penelitian ini memperlihatkan hasil yang baik, pihak BTN Syariah KCP Kudus harus terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanannya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Pada studi ini, sampel yang dipakai hanya memuat 78 responden. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan bisa menggunakan sampel dengan jumlah yang lebih besar untuk menghindari problematika dalam pengolahan data. Penelitian ini juga bisa dijadikan referensi untuk penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan loyalitas nasabah. Di lain sisi,

diharapkan adanya inovasi dalam hal objek penelitian, metode yang dipakai, ataupun penambahan variabel baru yang berkaitan dengan loyalitas nasabah untuk menghasilkan ide penelitian yang lebih komprehensif.

