

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Bersumber pada hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan judul “Pengaruh Pemasaran Syariah dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah BMT AL-Roudloh KC Todanan” memakai analisis linier berganda maka bisa ditarik kesimpulan yakni:

- 1) Dari uji hipotesis yang pertama dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran syariah, berpengaruh positif serta signifikan terhadap loyalitas nasabah BMT AL-Roudloh KC Todanan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistic t untuk variabel pemasaran syariah diketahui dengan hasil nilai t-hitung $4,784 > t$ tabel $1,967$. hasil uji statistic t untuk variabel pemasaran syariah diperoleh nilai signifikan $0,000$ yang lebih kecil dari toleransi kesalahan $\alpha = 0,05$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pemasaran syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BMT AL-Roudloh KC Todanan.
- 2) Hasil hipotesis variabel yang kedua dapat ditarik kesimpulan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah BMT AL-Roudloh KC Todanan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistic t untuk variabel citra perusahaan diketahui dengan hasil nilai t-hitung $4,844 > t$ tabel $1,967$. Hasil uji statistic t untuk variabel citra perusahaan diperoleh nilai signifikan $0,000$ yang lebih kecil dari toleransi kesalahan $\alpha = 0,05$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah BMT AL-Roudloh KC Todanan.
- 3) Pemasaran syariah dan citra perusahaan secara bersama berefek pada loyalitas nasabah BMT AL-Roudloh KC Todanan. Pemasaran menjadi pokok penting dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistic f untuk variabel pemasaran syariah dan citra perusahaan diketahui dengan hasil nilai f-hitung $25,145 > f$ table $1,8072$. Hasil uji statistic f untuk variabel pemasaran syariah dan citra perusahaan diperoleh nilai signifikan $0,000$ yang lebih kecil dari nilai toleransi kesalahan $\alpha = 0,05$ dengan demikian pemasaran syariah dan citra perusahaan

berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah BMT AL-Roudloh KC Todanan.

B. Saran

Bersumber pada hasil analisis ulasan serta sebagian kesimpulan dalam riset ini, hingga usul yang bisa diserahkan leat hasil riset ini, antara lain:

- 1) Bagi BMT AL-Roudloh KC Todanan, berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan agar lebih meningkatkan lagi pemasaran syariah dan citra perusahaan agar lebih berkualitas sehingga dapat meningkatkan loyalitas nasabah
- 2) Penelitian ini tidak bersifat komprehensif, variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini hanya variabel pemasaran syariah dan citra perusahaan. Pada penelitian selanjutnya diharapkan peneliti bisa meningkatkan variabel bebas alhasil bisa menggali sebab lain yang dapat berefek loyalitas pelanggan.

