

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian ini yang berjudul “ Pengaruh *Service Exvcellence* dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BPR Syariah Al-Falah Banyuasain adalah sebagai berikut :

- 1) Service Excellence (X1) secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Nasabah PT. BPR Syariah Al-Falah yang di buktikan pada uji t bahwa *Service Excellence* memperoleh nilai sebesar - 1,143 dengan nilai signifikan  $0,260 > 0,05$ . Sedangkan nilai  $t_{hitung}$  1,143  $t_{tabel}$  sebesar 2,018 yang berarti  $t_{hitung} < t_{tabel}$  . Hal ini menunjukkan bahwa *Servive Excellence* belum seusai dengan kualitas yang dirasakan dan diaharapkan nasabah sehingga hal ini dapat menurunkan tingkat loyalitas Nasabah PT. BPR Syariah Al-Falah.
- 2) Kualitas Produk (X2) secara parsial berpengaruh positif dang signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. BPR Syariah Al-Falah yang di buktikan pada uji t bahwa Kualitas produk memperoleh nilai sebesar 3,646 dengan nilai signifikan  $0,001 < 0,05$ . Sedangkan nilai  $t_{hitung}$  3,646  $t_{tabel}$  sebesar 2,018 yang berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Hal ini menunjukkan bahwa jika kualitas produk ditingkatkan maka akan meningkatkan loyalitas Nasabah PT. BPR Syariah Al-Falah.
- 3) Berdasarkan hasil uji F dilihat dari tabel (ANOVA) bahwa f hitung sebesar 6,765, maka  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $6,765 > 3,21$ ) dengan nilai signifikan  $0,003 <$

0,05 maka dapat disimpulkan bahwa Service Excellence dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loaylitas Nasabah PT. BPR Syariah Al-Falah.

## **5.2 Saran**

- 1) Sebagai perusahaan BPR Syariah Satu-satunya yang ada di Sematera Selatan dan sudah cukup lama maka PT. BPR Syariah Al-Falah harus mampu meningkatkan kualitas pelayanan dalam hal ini Servive Excellence sesuai dengan prinsip syariah agar dapat mempertahankan nasabah sehingga dapat meningkatkan loyalitas para nsabahnya.
- 2) Dalam penyaluran produknya tetap di tingkatkan dari kualitas produk yang ada sehingga akan memperthankan tingkat loyalitas nasabah yang sudah ada.
- 3) Bagi peneliti yang akan mendatang dapat meneliti dengan menambahkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi loyalitas nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Antonio, "Bank Syariah," 2012.  
[https://www.google.com/search?q=Antonio+.2012.+Bank+Syariah.+Antonio+.2012.+Bank+Syariah.+http%3A%2F%2Fgemainsani.co.id%2Findex.php%2Fweb%2Fsemua\\_produk%2F95.+Di+akses+pada+tanggal+30+M+ei+2020&oq=Antonio+.2012.+Bank+Syariah.+Antonio+.2012.+Bank+Syariah.](https://www.google.com/search?q=Antonio+.2012.+Bank+Syariah.+Antonio+.2012.+Bank+Syariah.+http%3A%2F%2Fgemainsani.co.id%2Findex.php%2Fweb%2Fsemua_produk%2F95.+Di+akses+pada+tanggal+30+M+ei+2020&oq=Antonio+.2012.+Bank+Syariah.+Antonio+.2012.+Bank+Syariah.)
- [2] muhammad, *Bank dan lembaga Keuangan*. Jakarta: salemba empat, 2005.
- [3] H. R. Hidayat, "Kajian Efisiensi Perbankan Syariah di Indonesia (Pendekatan Data Envelopment Analysis)," *Media Ris. Bisnis Manaj.*, vol. 11, no. 1, pp. 1–19, 2011.
- [4] supriade, "REVISI ATURAN BPR SYARIAH," .  
<http://www.bprsyariah.com/berita-utama/67-bi-revisi-aturan-bpr-syariah,> 2012. .
- [5] A. Hudiyani, M. Marjomo, and K. Komariah, "PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN LAUNDRY 'RUMAH CUCI CINTA' DI PANGKALAN BUN," *Magenta*, vol. 5, no. 2, pp. 75–82, 2019.
- [6] M. K. Wibowo, "edisi ke 3, Jakarta: PT," *Raja Graf.*, 2016.
- [7] W. Zulkarnain and R. B. Sumarsono, *Manajemen perkantoran profesional*. PENERBIT GUNUNG SAMUDERA (GRUP PENERBIT PT BOOK MART INDONESIA), 2015.
- [8] kasmir, *Customer Services Excellent*. Jakarta: Rajawali Pers, 2017.
- [9] R. Hurriyati, "Bauran pemasaran & loyalitas konsumen," *Bandung Alf.*, 2005.
- [10] F. Rangkuti, "Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Cetakan ke-12, PT," *Gramedia Pustaka, Jakarta*, 2005.
- [11] S. Andriasan, "Manajemen pemasaran jasa perhotelan," *Yogyakarta. Deep.*, 2016.
- [12] A. A. Barata, *Dasar-dasar pelayanan prima*. Elex Media Komputindo,

2003.

- [13] afida, “Kualitas Pelayanan Islam pada Perbankan Syariah,” *http://ejournal.iain*, vol. 10, no. nomor 2, p. 18, 2014.
- [14] I. A. H. Sudarmojo, *Menyibak Rahasia Sains Bumi dalam Al-Quran*. PT Mizan Publika, 2008.
- [15] R. Rafidah, “Kualitas Pelayanan Islami pada Perbankan Syariah,” *Nalar Fiqh*, vol. 10, no. 2, p. 220478.
- [16] winardi, *Entrepreneur & Entrepreneurship*, Ke 1. jakarta: kencana, 2008.
- [17] M. Fuad, *Pengantar bisnis*. Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- [18] H. Irmayanti, “Manajemen Operasional Perspektif Integratif,” *UIN-Maliki Press. Malang*, 2011.
- [19] Nanang Fatah, *Manajemen Stratejik*. bandung: PT Remaja Rosdarkaya, 2015.
- [20] T. Mutis and V. Gaspersz, “Nuansa menuju perbaikan kualitas dan produktivitas,” *Jakarta Penerbit Univ. Trisakti*, 1994.
- [21] S. E. Kasmir, *Studi Kelayakan Bisnis: Edisi Revisi*. Prenada Media, 2015.
- [22] D. Kasmir, “Kewirausahaan,” *Raja Graf. persada. Jakarta, Indones.*, 2006.
- [23] A. Hasan, *Manajemen bisnis syari’ah: kaya di dunia terhormat di akhirat*. Pustaka Pelajar, 2009.
- [24] M. N. Nasution, “Manajemen mutu terpadu.” Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.
- [25] L. Alfiah, “MAKNA ZAUJ DALAM TAFSIR KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA (ANALISIS STRUKTURALISME LINGUISTIK),” *Diya Al-Afkar J. Stud. al-Quran dan al-Hadis*, vol. 5, no. 02, pp. 299–314, 2017.
- [26] I. Y. R. Widyaningrum, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan pada Home Industri Kripik Tempe ‘ABADI’ Singgahan Kecamatan Kartoharjo Kabupaten Magetan,” *Equilib. J. Ilm. Ekon. dan Pembelajarannya*, vol. 2, no. 1, 2014.
- [27] H. Umar, *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama, 2000.

- [28] A. Budianto, "Manajemen Pemasaran," Yogyakarta. Penerbit Ombak, 2015.
- [29] E. S. Soegoto, *Entrepreneurship menjadi pebisnis ulung*. Elex Media Komputindo, 2013.
- [30] Bernad T. Widjaja, *Lifestyle Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- [31] U. Sumarwan, "Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran," *Bogor Ghalia Indones.*, 2011.
- [32] B. Alma, "Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Cetak Kesepuluh," *Bandung Alf.*, 2014.
- [33] J. Griffin and R. T. Herres, *Customer loyalty: How to earn it, how to keep it*. Jossey-Bass San Francisco, CA, 2002.
- [34] M. I. Taufiq, *Panduan lengkap dan praktis psikologi Islam*. Gema Insani, 2007.
- [35] H. Umar, *Metode riset bisnis: panduan mahasiswa untuk melaksanakan riset dilengkapi contoh proposal dan hasil riset bidang manajemen dan akuntansi*. Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- [36] Muhammad Ali, *Memahami Riset Perilaku dan Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- [37] P. Dr, "Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D." CV. Alfabeta, Bandung, 2008.
- [38] Jonathan Sarwono & Tutty Martadiredja, *Riset Bisnis Untuk Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: Andi, 2008.
- [39] Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2015.
- [40] Suharimi Arikunto, *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*, Ke 5. Jakarta: Ineka Ci Pta, 2002.
- [41] Iredho Fani Reza, *Penyusunan skala psikologis : memahami manusia secara Empiris*. Palembang: Noer fikriOffest, 2016.
- [42] Agus Tri Vasuki dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi dalam penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: : Rajawali Pers, 2017.

- [43] Duwi Priyanto, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*. yogyakarta: Media kom, 2018.