



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *Islamic Marketing* terhadap Loyalitas Nasabah pada nasabah produk deposito Bank Syariah Mandiri Cibeunying Bandung , maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis secara umum *Islamic Marketing* pada produk deposito Bank Syariah Mandiri sudah cukup baik menurut nasabah. Hal ini terlihat dari terdapatnya tanggapan yang cukup positif oleh responden yang merasa bahwa *Islamic Marketing* pada produk deposito Bank Syariah Mandiri dapat cukup memenuhi keinginan dan harapan dari nasabah sehingga, walaupun belum dapat menciptakan kepuasan yang maksimal bagi nasabah. Dari data yang terkumpul dari tanggapan responden mengenai unsur *Islamic Marketing* yang terdiri dari produk, price, tempat atau saluran distribusi, promosi dan people. Produk deposito Bank Syariah Mandiri dinilai cukup baik dimana terdapat beberapa indikator yakni ; halal, jaminan, prinsip keadilan, dan kepercayaan. Price atau harga pada produk deposito Bank Syariah Mandiri juga dinilai cukup baik oleh kebanyakan dari responden. Tempat atau saluran distribusi produk deposito Bank Syariah Mandiri menurut tanggapan responden sudah cukup baik karena dalam *Islamic Marketing* tempat atau saluran distribusi harus memiliki akses yang baik dan tidak menyusahakan pelanggan. Promosi pada produk deposito Bank Syariah Mandiri juga dinilai cukup baik, dapat

dilihat dari tanggapan responden yang kebanyakan memilih cukup baik. Dari tanggapan responden People pada produk deposito Bank Syariah Mandiri sudah cukup baik. Dari tanggapan 100 orang responden tidak ada yang paling menonjol dari unsur-unsur tersebut, penilaian terhadap unsur-unsur tersebut cukup merata.

2. *Islamic Marketing* pada produk deposito Bank Syariah Mandiri berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah dengan tingkat pengaruh yang cukup kuat atau tinggi. *Islamic Marketing* berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pengaruh *Islamic Marketing* terhadap loyalitas nasabah pada produk deposito Bank Syariah Mandiri Cibeunying memiliki hubungan yang tinggi atau kuat. Hal ini ditunjukkan oleh nilai korelasi yang hanya 0,784. Sedangkan besarnya pengaruh *Islamic Marketing* terhadap loyalitas nasabah sebesar 61,5%.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dengan meningkatkan fungsi dalam menjalankan *Islamic Marketing* akan meningkatkan loyalitas nasabah dari nasabah peoduk deposito Bank Syariah Mandiri Cibeunying. Artinya jika *Islamic Marketing* dinaikkan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,014603

3. Sebagian besar tingkat keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya adalah bagaimana perusahaan mampu menarik perhatian konsumen dengan memberikan suatu nilai lebih dari produknya melebihi apa yang menjadi keinginan nasabahnya sehingga nasabah akan menjadi puas dan dapat menghambat kekuatan dari produk-produk kompetitornya baik lama maupun

pendatang baru dan juga bagi produk-produk pengganti (substitusi) yang tersedia dipasar dan dengan adanya sikap yang positif dari nasabah Bank Syariah Mandiri dapat membangun hubungan yang baik dan menjadi sebuah ikatan yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan nasabah sehingga menjadikan nasabah yang loyal.

## 5.2. Saran

1. Untuk melakukan suatu penelitian rutin terhadap *Islamic Marketing* produk deposito Bank Syariah Mandiri Cibeunying yang akan dikeluarkan dengan mempertimbangkan apa yang menjadi keinginan nasabah atau konsumen. Sehingga diharapkan hasil dari penelitian yang dilakukan dapat menciptakan suatu inovasi baru atau masukan yang positif dalam pelaksanaannya sehingga nasabah atau konsumen merasa puas dengan dijalankannya *Islamic Marketing* dan ikatan yang dibangun oleh perusahaan diberikan dengan sebaik-baiknya. Inovasi ini terutama sekali yang harus dilakukan segera yaitu pada peningkatan kualitas pelayanan, kejelasan dan keterbukaan, serta sarana prasana yang mendukung saat proses pelayanan.
2. Diharapkan selain menawarkan produk yang dapat dipercaya Bank Syariah Mandiri sebagai penyedia jasa dapat memberikan kemudahan bagi nasabah atau konsumen untuk dapat menikmati jasa tersebut. Kemudahan yang dapat dilakukan Bank Syariah Mandiri sendiri diantaranya dengan menyediakan sarana prasarana yang baik dan nyaman dengan suatu system yang terintegrasi dengan baik dan akses yang strategis untuk didatangi oleh nasabah atau calon nasabah.

3. Untuk lebih memperhatikan kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada nasabah oleh Bank Syariah Mandiri. Hal ini dikarenakan masih banyaknya responden yang mengharapkan ditingkatkannya kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada nasabah atau calon nasabah. Diharapkan Bank Syariah Mandiri mampu untuk membangun hubungan yang baik dengan nasabah, selanjutnya menjadikan ikatan yang saling menguntungkan agar memperoleh nasabah yang loyal.
4. Bank Syariah Mandiri harus fokus dalam menjalankan dan memasarkan produknya dengan menerapkan sistem *Islamic Marketing* dengan sebaik-bainya serta memberikan terobosan-terobosan baru yang dapat memberikan dampak positif pada pelayanan produk-produknya khususnya produk deposito. Lebih meningkatkan penyampaian informasi kepada konsumen atau nasabah dan calon nasabah melalui media elektronik (TV, Radio dan Internet) dan media cetak (Koran, Majalah dan Billboard).