

## **BAB V PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Service Quality, Brand Image dan Religiusitas terhadap Loyalitas Pelanggan BSI maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

### **A. Kesimpulan**

1. Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan BSI, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan bank belum tentu dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggan
2. Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan BSI. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan citra baik yang dimiliki BSI dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggan
3. Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Religiusitas terhadap Loyalitas Pelanggan BSI. Hal ini menunjukkan bahwa orang yang memiliki sikap Religiusitas dalam dirinya belum tentu menjadikan pelanggan untuk loyal di bank tersebut.
4. Hasil penelitian uji f menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Service Quality, Brand Image dan Religiusitas terhadap Loyalitas Pelanggan.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

- Bagi Bank BSI KC Kendari A Silondae 2

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai, Pengaruh Service Quality, Brand Image dan Religiusitas terhadap Loyalitas Pelanggan. Dari hasil kesimpulan di atas terkait Service Quality tidak terlalu berpengaruh signifikan sehingga penulis memberi saran agar kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah dapat lebih di tingkatkan lagi, terkait Brand Image didapatkan kesimpulan bahwa Brand Image berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dan sebaiknya Brand Image yang ada pada BSI KC Kendari A Silondae 2 agar selalu dapat dipertahankan, terkait Religiusitas didapatkan kesimpulan bahwa tidak terlalu berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan sehingga sebaiknya masyarakat dapat diberikan edukasi agar masyarakat paham bahwa bertransaksi di bank syariah bukan hanya karena berlabel syariah tetapi juga dapat membawa berkah untuk ekonomi masyarakat.

## **C. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dijadikan referensi untuk penelitian-penelitian berikutnya yang memiliki tema yang sesuai dengan Pengaruh Service Quality, *Brand Image* dan Religiusitas terhadap Loyalitas Pelanggan.

Penelitian ini belum memberikan hasil maksimal dan diharapkan pada penelitian berikutnya dapat memberikan hasil yang lebih baik. Keterbatasan Penelitian Pada riset ini penulis melakukan dengan semaksimal mungkin dalam mengerjakannya, masih banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan yang ada, yaitu:

1. Penelitian hanya berada pada BSI A Silondae 2 KC. Kendari. Penelitian ini berlaku untuk satu objek yang diteliti saja.
2. Untuk mengukur loyalitas peneliti hanya menggunakan variabel tertentu. Harapan bagi peneliti selanjutnya agar dapat menggunakan variabel lain untuk pengembangan penelitian di objek bank syariah lainnya.
3. Kurangnya pengetahuan serta pengalaman karena dalam tahap belajar. Harapan penulis agar peneliti baru dapat melakukan riset yang lebih baik dari sebelumnya.

