

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui loyalitas nasabah sebagai variabel pemediasi pengaruh citra perusahaan dan kepercayaan terhadap *switching intention* pada Bank Muamalat Indonesia, penelitian ini dilakukan dengan menganalisis dan mengolah 213 kuesioner yang berisi pernyataan citra perusahaan. Kepercayaan, loyalitas nasabah dan *switching intention*. Data penelitian dianalisis dengan metode kuantitatif dan untuk menguji hipotesis digunakan *inner model* atau pengujian struktural dengan menggunakan *Partial Least Square*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, hasil analisis dan pembahasan maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa citra Bank Muamalat Indonesia berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia. Ini artinya bahwa semakin baik citra perusahaan maka semakin tinggi tingkat loyalitas nasabah/ konsumen.
2. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia. Ini artinya bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan yang diberikan nasabah maka semakin loyal nasabah dalam bermitra dengan Bank Muamalat Indonesia.

3. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa loyalitas nasabah berpengaruh negatif terhadap *switching intention* pada Bank Muamalat Indonesia. Artinya bahwa semakin tinggi loyalitas nasabah maka semakin rendah niat nasabah untuk beralih dari Bank Muamalat Indonesia.
4. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa loyalitas nasabah memediasi pengaruh negatif citra perusahaan terhadap *switching intention* pada Bank Muamalat Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung citra perusahaan terhadap *switching intention* dengan dimediasi oleh loyalitas nasabah lebih besar dibandingkan dengan pengaruh citra perusahaan terhadap *switching intention* secara langsung.
5. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa loyalitas nasabah memediasi pengaruh negatif kepercayaan terhadap *switching intention* pada nasabah Bank Muamalat Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung kepercayaan terhadap *switching intention* dengan dimediasi oleh loyalitas lebih besar dibandingkan dengan pengaruh kepercayaan terhadap *switching intention* secara langsung.

B. Keterbatasan Penelitaian dan Saran Penelitian Mendatang

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan diatas, masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam melakukan penelitian ini. Namun dengan keterbatasan yang ada, terdapat saran dari peneliti yang dapat menjadi pertimbangan untuk manajerial bank serta peneliti selanjutnya yang nantinya diperlukan untuk

mengembangkan dan memperluas penelitian yang akan datang, adapun keterbatasan dan saran sebagai berikut:

1. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Jumlah dan jangkauan daerah responden yang diteliti masih terbatas, sehingga penelitian ini masih kurang optimal. Namun peneliti telah melakukan berbagai usaha untuk memperluas jangkauan responden yakni salah satunya dengan cara mencari responden pada instansi yang bekerjasama dengan Bank Muamalat Indonesia. Sehingga diharapkan agar peneliti selanjutnya dapat memperluas jangkauan daerah pengambilan sampel, melihat terdapat banyak kantor cabang Bank Muamalat yang ada diseluruh provinsi dan kota-kota besar di Indonesia khususnya.
- b. Kurangnya ketelitian dalam penyebaran kuesioner *offline*, sehingga masih terdapat kuesioner yang belum terisi lengkap oleh responden yang mengakibatkan adanya *missing* data dan tidak dapat diolah. Namun hal tersebut telah di atasi oleh peneliti dengan cara melihat beberapa jawaban dari pertanyaan berbintang. Sehingga untuk penelitian selajutnya ketika penyebaran kuesioner sebaiknya buatlah kuesioner yang lebih menarik lagi supaya responden akan tertarik dan mengisi kuesioner dengan sungguh-sungguh serta dampingi responden hingga selesai mengisi kuesioner (*offline*).

- c. Nilai varian variabel independen terhadap dependen dalam penelitian ini tidak terlalu tinggi, maka untuk penelitian selanjutnya dapat menambah variabel atau faktor-faktor lainnya yang dapat berpengaruh terhadap niat nasabah untuk beralih (*switching intention*).

2. Implementasi Manajerial

Dari hasil penelitian yang dikemukakan bahwa citra perusahaan dan kepercayaan berpengaruh terhadap *switching intention* dengan loyalitas nasabah sebagai pemediasi. Sehingga dengan adanya penelitian ini Bank Muamalat Indonesia perlu untuk lebih memperhatikan citra perusahaan yang tersebar dikalangan nasabah maupun calon nasabah dengan cara mengoptimalkan kualitas pelayanan dari Bank Muamalat Indonesia, sehingga nasabah akan tetap setia dan percaya serta akan tetap loyal terhadap produk dan jasa pada Bank Muamalat Indonesia.