

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap pembiayaan Mitraguna Berkah di BSI KCP Jakarta Kementerian Agama dipengaruhi oleh kualitas layanan dan kualitas produk.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan dan loyalitas nasabah secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh kualitas layanan. Kepuasan nasabah dapat ditingkatkan dengan memberikan layanan yang cepat dan ramah, yang pada akhirnya akan mendorong nasabah untuk tetap setia pada produk Mitraguna Berkah BSI.

Kepuasan nasabah juga dipengaruhi oleh kualitas produk, meskipun loyalitas tidak langsung terpengaruh. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah memainkan peran penting dalam menentukan loyalitas, terutama terkait seberapa baik nasabah menilai kualitas produk tersebut. Loyalitas sangat dipengaruhi oleh kepuasan nasabah. Selain itu, produk dan layanan berkualitas tinggi memiliki pengaruh positif yang besar dan tidak langsung terhadap loyalitas nasabah dengan meningkatkan tingkat kepuasan nasabah.

Model penelitian juga menunjukkan hasil model fit yang baik, dengan nilai SRMR sebesar 0,075, Chi-Square sebesar 202,060, d_ULS sebesar 0,871, dan d_G sebesar 0,364, yang menandakan bahwa model memiliki tingkat kesesuaian yang memadai terhadap data, meskipun nilai NFI sebesar 0,748 menunjukkan bahwa model belum sepenuhnya optimal. Karena model penelitian memenuhi persyaratan validitas, reliabilitas, dan tidak adanya masalah multikolinearitas, model tersebut ternyata cukup baik. Secara keseluruhan, temuan studi ini menunjukkan bahwa meningkatkan

kepuasan nasabah dan kualitas layanan sangat penting untuk meningkatkan minat nasabah terhadap produk pembiayaan Mitraguna Berkah BSI, terutama di KCP Kementerian Agama Jakarta.

4.2 Saran

Penulis mengajukan sejumlah rekomendasi berdasarkan penelitian yang dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait.

1. Bagi Pihak Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan perlu mengoptimalkan layanan digital dan kanal komunikasi agar nasabah yang sibuk tetap dapat mengurus kebutuhan tanpa harus hadir di cabang. Edukasi proses pengajuan produk Mitraguna Berkah juga perlu ditingkatkan untuk meminimalkan kegagalan, disertai penyesuaian jam layanan atau prioritas antrean bagi nasabah produk ini. Selain itu, meskipun simulasi perhitungan margin tidak dapat dipublikasikan, BSI KCP Jakarta Kementerian Agama dapat meningkatkan kepercayaan dengan menjelaskan komponen biaya secara umum serta menawarkan manfaat tambahan sehingga persepsi terhadap produk semakin positif.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian agar mencakup beberapa kantor cabang atau wilayah berbeda, sehingga hasilnya lebih representatif. Selain itu, peneliti dapat menambahkan faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi loyalitas nasabah, seperti citra merek, kepercayaan syariah, dan inovasi produk. Pendekatan penelitian yang lebih mendalam, misalnya melalui studi kualitatif atau metode mixed-method, juga dapat digunakan untuk memahami motivasi dan perilaku nasabah secara lebih komprehensif.