

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang didapatkan dalam penelitian di lapangan dan diolah kembali, maka hasil penelitian tentang pengaruh *Relationship Marketing* dan Keunggulan Produk terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pangkalpinang, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Berdasarkan jawaban responden pada setiap pertanyaan indikator, *relationship marketing* dan keunggulan produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pangkalpinang
Relationship marketing mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pangkalpinang, dimana $t_{hitung} 4,508$ lebih besar dari $t_{tabel} 1,9690$
- b. Berdasarkan jawaban responden pada setiap pertanyaan indikator, keunggulan produk dan keunggulan produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pangkalpinang
Keunggulan produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pangkalpinang, dimana $t_{hitung} 8,181$ lebih besar dari $t_{tabel} 1,9690$
- c. Pengujian secara bersama-sama antara *relationship marketing* dan keunggulan produk berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap loyalitas nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pangkalpinang, dimana $F_{hitung} 203,938$ lebih besar dari $F_{tabel} 3,030116$

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dari hasil penelitian, peneliti memberikan sumbangan saran agar dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan, yaitu antara lain:

1. Bagi Penelitian Mendatang

Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan objek penelitian yang berbeda dan dikembangkan lagi sehingga lebih banyak ilmu dan manfaat yang di dapat. Bagi peneliti selanjutnya dapat dimanfaatkan sebagai bahan rujukan dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan *relationship marketing*, keunggulan produk dan *loyalitas nasabah*.

2. Bagi PT. Pegadaian Syariah Unit Pangkalpinang

a. PT. Pegadaian Syariah unit Pangkalpinang harus memperhatikan peranan *relationship marketing* dan keunggulan produknya, disebabkan karena variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sehingga nasabah merasa puas dan memberikan hal yang positif terhadap pelayanan yang di berikan, dimana nasabah sendiri merupakan asset penting bagi perusahaan sehingga kepuasan dan loyalitas akan terbentuk tentunya akan memberikan arti yang baik terhadap perkembangan dan kemajuan pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pangkalpinang