

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi loyalitas merek pada produk Tabungan Muamalat Share-E Regular oleh Bank Muamalat Cabang Malang dilakukan dengan menambahkan layanan yang canggih melalui *mobilebanking*, *internetbanking*, tampilan dan fitur-fitur terbaru.

Lewat strategi loyalitas merek tersebut nasabah dapat menjangkau produk Tabungan Muamalat Share-E Regular dengan biaya yang minim, strategi tersebut berdasarkan dari kriteria *brand loyalty* yang diterapkan di Bank Muamalat Cabang Malang yaitu kepuasan (*satisfaction*), kepercayaan (*trust*), kesan kualitas (*perceived quality*), dan citra merek (*brand image*). Yang diartikan bahwa kepuasan nasabah didapatkan melalui pengalaman yang berbeda ketika interaksi, tatap muka berdasarkan nilai-nilai syariah. Kepercayaan dari nasabah apabila simpanan sangat aman, kenyamanan di *banking house*, mengedepankan aspek layanan dan fitur terbaru. Dalam kesan kualitasnya, Bank Muamalat Cabang Malang melalui Muamalat Berbagi Rezeki, memberikan *reward* kepada nasabah yang loyal sehingga nasabah tersebut akan memiliki ikatan emosional dengan perusahaan. Sedangkan wujud dari citra merek produk Tabungan Muamalat Share-E

Regular pada logo baru Bank Muamalat Cabang Malang untuk pencapaian dua puluh tahun dalam dunia perbankan syariah, terjadinya perubahan nama merek produk menjadi Tabungan Muamalat Share-E Regular sangat mungkin memperoleh nasabah muslim dan nasabah non-muslim yang lebih loyal dan lebih kuat.

2. Implikasi dari strategi loyalitas merek pada produk Tabungan Muamalat Share-E Regular di Bank Muamalat Indonesia Cabang Malang yaitu adanya kenaikan 60% pertumbuhan nasabah. Hal ini tercermin bertambahnya teknologi layanan untuk produk Tabungan Muamalat Share-E Regular yang semakin canggih. Fitur-fitur yang terbaru. Sehingga Bank Muamalat Indonesia terus mempertahankan tradisi pertumbuhan akseleratif industri perbankan syariah. Pada tahun 2011, Bank Muamalat mencatat pertumbuhan Aset 51.8%. Sementara Pembiayaan dan Dana Pihak Ketiga (DPK) masing-masing tumbuh 41.2% dan 53.3%. Sementara laba bersih tercatat meningkat 60.1% pada tahun 2011.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas dan adanya keterbatasan dari penelitian ini, adapun saran yang dirangkum yang mungkin akan berguna bagi pihak-pihak terkait sebagai berikut:

1. Untuk Bank Muamalat Cabang Malang untuk selalu berinovasi dengan mengidentifikasi peluangnya di pasar perbankan syariah, agar berdampak

terhadap kesadaran masyarakat atau nasabah untuk tetap loyal dalam produk-produk dari Bank Muamalat Cabang Malang.

2. Berkaitan dengan penelitian selanjutnya di masa-masa yang akan datang, ada baiknya menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif dan metode penelitian kuantitatif agar nantinya diharapkan dijadikan salah satu referensi untuk melakukan strategi pemasaran dengan loyalitas merek pada produk tabungan syariah.

