

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis marketing syariah terhadap penerapan *switching barrier* di BJB Syariah Kantor Pusat Bandung, maka pada bagian akhir dari penelitian ini penulis menarik kesimpulan sekaligus memberikan saran sebagai berikut:

4. Penerapan sistem marketing syariah (proses penciptaan, penawaran dan perubahan nilai bagi pelanggan yang berlandaskan kepada hukum Islam) dalam meningkatkan loyalitas nasabah di Bank Syariah hal ini dapat dilihat dari nilai-nilai (Ketuhanan, Etis, Realistis, humanistis) dan etika bisnis Islam dalam memenuhi harapan nasabahnya. Pemenuhan harapan nasabah tersebut hal ini akan menimbulkan kepuasan yang akan mendorong nasabah menjadi loyal.
5. Penerapan *Switching Barrier* dalam kegiatan marketing di BJB Syariah Kantor Pusat Bandung hal ini dilakukan dengan kegiatan *sales promotion* memberikan pelayanan tambahan yang diberikan pihak BJB Syariah Pusat Bandung berupa pelayanan *online* dan pelayanan keluhan nasabah di beberapa outlite serta kantor Cabang BJB Syariah di seluruh wilayah Kota Bandung.
6. Analisa marketing syariah tentang penerapan *Switching Barrier* di BJB Syariah Kantor Pusat Bandung secara umum dapat disimpulkan bahwa penerapan metode *switching barriers* dalam pelaksanaan marketing dan pelayanan nasabah di BJB Syariah Kantor Pusat Kota Bandung dalam

meningkatkan loyalitas para nasabahnya tidak bertentangan dengan nilai-nilai marketing syariah atau telah sesuai dengan nilai-nilai syariah (Ketuhanan, Etis, Realistis, humanistis).

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis mengemukakan saran-saran yang diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan bagi BJB Syariah Kantor Pusat Kota Bandung, sebagai berikut :

1. Secara umum pelaksanaan kualitas pelayanan yang dilakukan *frontliner* pada BJB Syariah Kantor Pusat Kota Bandung sudah baik, oleh karena itu perusahaan harus terus mempertahankannya. Namun perusahaan juga harus memperkecil kesenjangan yang terjadi antara harapan dan kenyataan agar nasabah merasa puas dan tidak akan beralih ke bank pesaing.
2. Pihak BJB Syariah Kantor Pusat Kota Bandung hendaknya meningkatkan pengelolaan strategi kualitas pelayanan para *frontliner* yang telah berjalan dengan tepat dan cermat sehingga nasabah merasa puas yang kemudian diharapkan nasabah tersebut menjadi loyal, karena dapat dibuktikan melalui penelitian ini dan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya di perusahaan lain yang menunjukkan adanya hubungan antara kualitas pelayanan yang Islami dengan loyalitas nasabah.