### **BAB V**

### **PENUTUP**

# A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada pembahasan sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1. Kepuasan Konsumen sebagai *Push Factors* berpengaruh dan signifikan terhadap *Customers Switching Behavior* pada nasabah Bank Muamalat KCP Serdang.
- 2. Norma Subjektif sebagai *Pull Factors* berpengaruh dan signifikan terhadap *Customers Switching Behavior* pada nasabah Bank Muamalat KCP Serdang.
- 3. Kepuasan Konsumen sebagai *Push Factors* dan Norma Subjektif sebagai *Pull Factors* berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap *Customers Switching Behavior* pada nasabah Bank Muamalat KCP Serdang.
- 4. Variabel Norma Subjektif sebagai *Pull Factors* menjadi variabel dominan berpengaruh terhadap *Customers Switching Behavior* memiliki nilai yang lebih besar dari variabel Kepuasan Konsumen dengan nilai sebesar 0,240.

### B. Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan adanya beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Pihak Bank Muamalat KCP Serdang

Diharapkan dapat terus meningkatkan promosi tentang produk-produk bank syariah dengan bahasa yang luas dan mudah dipahami orang awam, menjadi sponsor sebuah acara-acara sosial ataupun kegiatan pertandingan, menjalin hubungan dengan perguruan tinggi, bertransaksi secara langsung kepada masyarakat agar semua masyarakat mengetahui promosi apakah yang sedang dilakukan Bank Muamalat KCP Serdang dan produk-produk apakah yang dimilki Bank tersebut.

## 2. Bagi Akademisi

Diharapkan dapat memberikan referensi dan tambahan literatur yang dapat dijadikan rujukan bagi mahasiswa, khususnya untuk jenis penelitian mengenai promosi, religiusitas dan *Customers Switching Behavior* (Perilaku Beralih Nasabah).

# 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat menjadi sumber pedoman atau rujukan pada peneliti yang akan datang dan diharapkan dapat menambah variabel-variabel yang lain yang berhubungan dengan *Customers Switching Behavior* (Perilaku Beralih Nasabah). Sehingga penelitian yang berhubungan dengan *Customer Switching Behavior* dapat berkembang luas.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN