

## **BAB V SIMPULAN**

Setelah melakukan pengolahan data dan pembahasan hasil penelitian yang berkaitan dengan permasalahan sebelumnya, maka simpulan dan saran yang berkaitan dengan dengan perumusan masalah serta hipotesis yang diajukan dapat diberikan sebagai berikut :

### **5.1 Simpulan**

1. Kepercayaan (X1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah.
2. Komitmen (X2) mempunyai pengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah.
3. Komunikasi (X3) mempunyai pengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah.
4. Ikatan (X4) mempunyai pengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah.
5. Komitmen (X5) mempunyai pengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah.
6. Variabel kepercayaan, komitmen, komunikasi, ikatan, dan kepuasan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada bank BCA Syariah Gresik.

### **5.2 Rekomendasi**

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan, dan kesimpulan penelitian, maka saran-saran dari peneliti yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

### **5.2.1 Bagi Aspek Manajerial**

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan (X1) tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Bank BCA Syariah dapat meningkatkan kepercayaan nasabah dengan cara lebih mengoptimalkan lagi indikator yang berperan paling besar mulai dari tanggung jawab, kejujuran, dan konsisten. Untuk meningkatkan loyalitas nasabah Bank BCA Syariah hendaknya lebih memperhatikan indikator-indikator tersebut. Hal ini mengingat ke indikator tersebut merupakan yang paling mendasar dalam membuat nasabah menjadi percaya, sehingga akan mempengaruhi loyalitas nasabah.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komitmen (X2) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. komitmen ini harus senantiasa dipertahankan oleh bank BCA Syariah dalam melayani nasabah. Ini dapat dilakukan dengan selalu mengoptimalkan indikator yang berperan paling besar mulai dari menjaga hubungan baik, meningkatkan kualitas pelayanan, dan memprioritaskan nasabah. Untuk meningkatkan loyalitas nasabah industri perbankan hendaknya bank lebih memperhatikan indikator-indikator tersebut. Hal ini mengingat indikator tersebut merupakan yang paling mendasar dalam membuat nasabah menjadi loyal.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi (X3) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini harus senantiasa dipertahankan oleh bank BCA Syariah dalam berkomunikasi dengan nasabah. Ini dapat dilakukan dengan selalu mengoptimalkan indikator yang berperan paling besar mulai dari

bersikap ramah dikantor, di luar kantor dan selalu memberikan informasi yang dibutuhkan nasabah. Untuk meningkatkan loyalitas nasabah industri perbankan hendaknya bank lebih memperhatikan indikator-indikator tersebut. Hal ini mengingat indikator tersebut merupakan yang paling mendasar dalam membuat nasabah menjadi loyal.

4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ikatan (X4) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini harus senantiasa dipertahankan oleh bank BCA Syariah dalam menjalin kerja sama dengan nasabah. Ini dapat dilakukan dengan selalu mengoptimalkan indikator yang berperan paling besar mulai dari membuat nasabah menjadi nyaman dan senang pada bank. Untuk meningkatkan loyalitas nasabah industri perbankan hendaknya bank lebih memperhatikan indikator-indikator tersebut. Hal ini mengingat indikator tersebut merupakan yang paling mendasar dalam membuat nasabah menjadi loyal.
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan (X5) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini harus senantiasa dipertahankan oleh bank BCA Syariah. Ini dapat dilakukan dengan selalu mengoptimalkan indikator yang berperan paling besar mulai dari memberikan apa yang diharapkan nasabah dan bekerja secara profesional. Untuk meningkatkan loyalitas nasabah industri perbankan hendaknya bank lebih memperhatikan indikator-indikator tersebut. Hal ini mengingat indikator tersebut merupakan yang paling mendasar dalam membuat nasabah menjadi loyal.

### **5.1.2 Penelitian Lanjutan**

1. Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dengan memperbanyak jumlah-jumlah variabel-variabelnya seperti (Timbal balik, Empati, Keuntungan bersaing) dan yang berhubungan dengan relationship marketing, akan lebih baik lagi jika menggunakan teknik analisi yang berbeda. Referensi jurnal penelitian: (ANALISIS PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING Pemasaran Hubungan Pelanggan dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas (Survei Pada Nasabah Bank Tabungan Pensiunan Nasional Mitra Usaha Rakyat Kantor Cabang Bojonegoro)