

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **1.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian terhadap ke sepuluh hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. *Relationship Marketing* berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada BRI *Branch Office* Krian.
2. *Relationship Marketing* berpengaruh terhadap Kepercayaan pada BRI *Branch Office* Krian.
3. Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada BRI *Branch Office* Krian.
4. *Relationship Marketing* berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah melalui mediasi Kepercayaan pada BRI *Branch Office* Krian.

#### **1.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dalam temuan penelitian ini, maka saran yang diberikan peneliti terdiri dari saran praktis dan akademis, berikut adalah saran yang diberikan sebagai berikut:

##### **1. Praktis**

Berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwasannya *Relationship Marketing* berpengaruh terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah. Sehingga hal ini dapat menjadi sebuah strategi yang dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan dimasa yang akan datang. Manajemen perusahaan perlu memperhatikan hasil analisis dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa *Relationship Marketing* secara langsung maupun tidak langsung terhadap Loyalitas Nasabah atau melalui mediasi kepercayaan akan memberikan pengaruh yang signifikan, artinya semakin baik pihak manajemen memperhatikan *relationship marketing* dan kepercayaan maka akan semakin berdampak baik pada loyalitas nasabah pada BRI *Branch Office* Krian. Pihak manajemen perlu memperhatikan indikator dalam kepercayaan

yang dapat memberikan dampak pada loyalitas, seperti yang sudah di jelaskan sebelumnya, mengenai Kemampuan (*Ability*) yakni kemampuan Bank yang mampu memberikan penanganan terhadap kendala transaksi, Kebaikan Hati atau *Benevolence* perhatian pihak manajemen bank memberikan keuntungan pada nasabah, dan Integritas yakni pihak Bank yang selalu memberikan informasi yang akurat dalam memberikan pelayanan perbankan. Dengan memperhatikan item item tersebut akan memberikan dampak yang baik bagi keberlangsungan perbankan di masa yang akan datang.

## 2. Akedemis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti dengan konsep yang sama, dengan menggunakan analisis structural dengan variabel yang lebih luas berdasarkan indikator tertinggi. Maka model penelitian yang disarankan pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah yang di mediasi integritas. Sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria-kriteria; nasabah yang sudah melakukan transaksi berulang, memiliki aplikasi *internet banking* (BRIMO), memiliki Kartu Debet/kartu ATM (*Automated Teller Machine*).