

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh ikatan emosi, kepercayaan, kemudahan dan pengalaman terhadap loyalitas nasabah dalam implementasi *customer relationship management* di BRI Syariah Tulungagung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Adanya pengaruh ikatan emosi secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam implementasi *customer relationship management* di BRI Syariah Tulungagung. Hal ini dapat dilihat dari *customer relationship management* di BRI Syariah mampu memberikan rasa senang ketika nasabah memperoleh pelayanan yang memuaskan, mampu memberikan rasa bangga nasabah karena produk memiliki keunggulan, mampu memberikan rasa percaya diri karena dapat memenuhi kebutuhan nasabah dan mampu memberikan rasa nyaman karena nasabah merasa diperhatikan.
2. Adanya pengaruh kepercayaan secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam implementasi *customer relationship management* di BRI Syariah Tulungagung. Hal ini dapat dilihat dari peran *customer relationship management* BRI Syariah yang mampu memberikan pelayanan dengan baik, selalu mengedepankan kejujuran, amanah dan mampu menjaga kesepakatan yang telah dibuat bersama

nasabah, memenuhi kebutuhan nasabah secara maksimal, bersedia menanggung risiko atau konsekuensi yang mungkin terjadi, serta bersedia mendengarkan saran atau permintaan nasabah.

3. Adanya pengaruh kemudahan secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam implementasi *customer relationship management* di BRI Syariah Tulungagung. Hal ini dapat dilihat dari peran *customer relationship management* BRI Syariah yang mampu memenuhi kebutuhan nasabah tanpa harus melakukan banyak usaha lebih, seperti kemudahan untuk menjalin interaksi melalui sistem yang sudah disediakan serta saat mengakses informasi mudah dipahami oleh nasabah.
4. Adanya pengaruh pengalaman secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam implementasi *customer relationship management* di BRI Syariah Tulungagung. Hal ini dapat dilihat dari peran *customer relationship management* BRI Syariah yang mampu memberikan pelayanan prima dan maksimal kepada nasabah melalui produk atau jasa, mampu memberikan kenyamanan tempat, fasilitas yang disediakan memadai untuk nasabah, mampu membangun komunitas dengan nasabah, dan selalu mengikut sertakan nasabah dalam berbagai *event*.
5. Pengujian secara simultan variabel kepuasan, ikatan emosi, kepercayaan, kemudahan dan pengalaman secara bersama-sama berpengaruh positif

dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam implementasi *customer relationship management* di BRI Syariah Tulungagung.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan-pembahasan yang telah diuraikan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan saran yang dapat bermanfaat untuk diperhatikan :

1. Bagi BRI Syariah Tulungagung

Lembaga dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai sumber informasi dalam menetapkan kebijakan-kebijakan di BRI Syariah khususnya BRI Syariah Tulungagung. Diharapkan lembaga dapat mempertahankan ikatan emosi, kepercayaan, kemudahan dan pengalaman pada nasabah yang lebih baik lagi apabila menginginkan membuka cabang baru atau menambah produk yang tersedia. Serta mempertahankan pelayanan dan produk yang telah ada sampai saat ini.

2. Bagi Akademik IAIN Tulungagung

Diharapkan penelitian ini bisa bermanfaat bagi pembangunan ilmu perekonomian dan perbankan syariah khususnya mengenai pengetahuan tentang ikatan emosi, kepercayaan, kemudahan dan pengalaman serta loyalitas nasabah dalam implementasi *customer relationship management* untuk sumbangan teori, sebagai baham referensi atau rujukan, dan tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung.

3. Bagi Peneliti yang akan datang

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai penambah wawasan dan peneliti selanjutnya. Diharapkan juga melakukan penelitian lebih lanjut yang spesifik dengan menambah beberapa faktor lainnya yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.