

BAB VI

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian teori ataupun hasil penelitian yang telah dipaparkan dalam pembahasan mengenai pengaruh kepuasan, kepercayaan, citra merek dan pemasaran relasional terhadap loyalitas nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung, maka dapat disimpulkan:

1. Kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwasanya semakin meningkatnya kepuasan juga akan menaikkan loyalitas nasabah.
2. Kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwasanya semakin meningkatnya kepercayaan juga akan menaikkan loyalitas nasabah.
3. Citra merek berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwasanya semakin meningkatnya citra merek juga akan menaikkan loyalitas nasabah.
4. Pemasaran relasional berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwasanya semakin meningkatnya pemasaran relasional juga akan menaikkan loyalitas nasabah.
5. Kepuasan, kepercayaan, citra merek dan pemasaran relasional berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwasanya kepuasan, kepercayaan, citra merek, dan pemasaran relasional yang semakin tinggi juga akan menaikkan loyalitas nasabah.

B. Saran

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya dalam kajian yang sama dengan variabel yang berbeda. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas dan menambah variabel penelitian lainnya yang mempunyai pengaruh kuat terhadap loyalitas nasabah bank syariah.

2. Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sarana untuk pengambilan kebijakan dalam rangka peningkatan kepuasan, kepercayaan, citra merek dan pemasaran relasional guna bersaing di dunia perbankan.

3. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan mampu digunakan sebagai perbendaharaan di perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung.