

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan mengenai pengaruh digitalisasi , e-crm, *coorporate image* dan promosi terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center (EX BRI Syariah). Pada bagian akhir penelitian ini, peneliti menarik kesimpulan berdasarkan hipotesis penelitian, sekaligus memberikan saran atau masukan sebagai berikut :

1. Digitalisasi dinyatakan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BRI Syariah Tulungagung. Faktor digitalisasi mempunyai daya tarik tersendiri dikalangan era milenial modern, maka dengan hal ini penting dijadikan perhatian bagi pihak Bank BRI Syariah guna meningkatkan loyalitas nasabah untuk bertransaksi.
2. *Elektronic- customer relathionsip marketing* (e-crm) dinyatakan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BRI Syariah Tulungagung. Dengan adanya pelayanan melalui electronic memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi, maka dengan hal ini penting dijadikan perhatian bagi pihak Bank BRI Syariah guna meningkatkan loyalitas nasabah untuk bertransaksi.
3. *Coorporate image* dinyatakan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BRI Syariah Tulungagung. *Coorporate image* menjadi salah satu faktor penting di BRI Syariah Tulungagung. Dengan adanya *coorporate image* akan memberikan citra yang mempunyai daya tarik,

memudahkan pihak bank BRI Syariah dalam memasarkan produknya dan lebih efisien. Sehingga akan meningkatkan loyalitas nasabah di PT Bank BRI Syariah.

4. Promosi dinyatakan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BRI Syariah Tulungagung. Faktor promosi memberikan kemudahan mnasabah dalam memahami produk-produk bank BRI Syariah. Sehingga informasi yang diperoleh akan tersalurkan melalui individu ke individu yang lain. Pentingnya informasi dan pemasaran produknya akan meningkatkan loyalitas nasabah Bank BRI Syariah Tulungagung.
5. Faktor digitalisasi, e-crm, coorporate image dan promosi dinyatakan berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah di BRI Syariah Tulungagung. Dengan paparan tersebut penting bagi pihak Bank BRI Syariah untuk memperhatikan loyalitas nasabah, sehingga nasabah akan tetap loyal ke bank BRI Syariah dan tidak beralih ke lembaga lain.

## **B. Saran**

1. Bagi lembaga penelitian

Dengan adanya hasil penelitian ini dapat memberikan referensi dan masukan bagi pihak lembaga, untuk terus berkmebang dan mampu untuk bersaing. Berdasarkan faktor yang berhubungan dengan digitalisasi, e-crm, coorporate image dan promosi terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan acuan dan perhatian untuk mampu mengembangkan layanan-layanan

bank BRI Syariah lebih baik lagi. Khususnya yang berkaitan dengan digitalisasi, e-crm, corporate image dan promosi.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Dengan berbagai kesimpulan yang diperoleh maka peneliti memberikan rekomendasi kepada peneliti selanjutnya agar meneruskan maupun mengembangkan penelitian serupa, khususnya dalam hal digitalisasi, e-crm, corporate image dan promosi terhadap loyalitas nasabah. Penelitian selanjutnya dapat dilaksanakan dengan menambah variabel bebas, maupun merubah variabel terikatnya ataupun melakukan penelitian dengan kajian yang sama namun menggunakan metode penelitian yang berbeda. Harapannya akan dihasilkan penelitian yang akurat dan kompatibel. Sehingga memperoleh hasil yang dapat dipertimbangkan dan dijadikan acuan