

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama, dapat diketahui bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat KCP Tulungagung, artinya setiap meningkatnya kualitas pelayanan akan menaikkan loyalitas nasabah dan begitupun sebaliknya. Hal ini dikarenakan perhatian para karyawan untuk tetap meningkatkan dan memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga nasabah dapat merasakan sendiri pelayanan yang baik. Baik dari segi pelayanan tempat yang nyaman, fasilitas fisik maupun karyawan yang selalu memberikan informasi serta melayani nasabah dengan tanggap. Karena hal tersebut dapat memberikan rasa percaya dan aman untuk menggunakan jasa pada Bank Muamalat Tulungagung sehingga menimbulkan rasa loyalitas yang tinggi.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua. Dapat diketahui bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan pada variabel *customer relationship management* terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat KCP Tulungagung, artinya peningkatan dan penurunan CRM tidak sejalan dengan peningkatan dan penurunan loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan apabila CRM mengalami kenaikan atau penurunan maka tidak akan berpengaruh terhadap naik turunnya loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil

kuesioner faktor teknologi belum banyak diketahui oleh nasabah sehingga kurangnya pengetahuan serta pemahaman mengenai informasi-informasi tentang Bank Muamalat melalui media elektronik, sehingga hal ini dapat mengurangi prospek *customer relationship management* yang seharusnya dapat mengenali nasabah sesuai kebutuhan dan perilaku secara optimal.

3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga, dapat diketahui bahwa secara parsial variabel citra perusahaan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat KCP Tulungagung, artinya setiap meningkatnya citra perusahaan maka akan menaikkan tingkat loyalitas nasabah dan begitu juga sebaliknya. Hal ini dapat terjadi karena nasabah yang memperhatikan nilai-nilai yang ada pada Bank Muamalat, reputasi maupun etika personality dari karyawan. Hal tersebut dapat menimbulkan citra positif di mata nasabah sehingga memunculkan rasa loyalitas yang tinggi pada Bank Muamalat Tulungagung.
4. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat, dapat diketahui secara simultan bahwa variabel kualitas pelayanan, *customer relationship management*, dan citra perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat KCP Tulungagung, artinya variabel kualitas pelayanan, *customer relationship management*, dan citra perusahaan merupakan salah satu faktor penentu tingkat loyalitas nasabah. Hal ini berarti jika kualitas pelayanan, *customer relationship management* dan citra perusahaan semakin baik, maka tingkat kelayalitan nasabah akan semakin tinggi.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, peneliti menyampaikan saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran yang bisa disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung

Dari hasil penelitian penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan masukan untuk Bank Muamalat KCP Tulungagung untuk lebih mengoptimalkan pelayanan dan pendekatan nasabah melalui *customer marketing* dan juga lebih mengoptimalkan strategi untuk lebih memahami dan mempertahankan hubungan nasabah yang sudah ada karena kunci utama dapat dilihat dari seberapa jauh Bank tahu tentang nasabah dan bagaimana cara memenuhi kebutuhan mereka.

Bagi pihak akademik hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi, referensi dan khazanah ilmu, pengetahuan dan wawasan yang terkait dengan variabel-variabel penelitian diantaranya kualitas pelayanan, *customer relationship management*, citra perusahaan dan loyalitas nasabah.

2. Bagi Pihak Akademik

Bagi pihak akademik hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi, referensi dan khazanah ilmu, pengetahuan dan wawasan yang terkait dengan variabel-variabel penelitian

diantaranya kualitas pelayanan, *customer relationship management*, citra perusahaan dan loyalitas nasabah.

3. Bagi peneliti yang akan datang

Bagi peneliti yang akan datang, hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan rujukan maupun pertimbangan dalam melakukan penelitian selanjutnya. Selain itu peneliti selanjutnya bisa menambahkan variabel lain diluar kualitas pelayanan, *customer relationship management* dan citra perusahaan sehingga peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitiannya dengan baik. Disamping itu juga dapat menggunakan objek penelitian di bank lain.