

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. *Customer relationship marketing* secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- b. *Customer relationship marketing* secara tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan pelanggan.
- c. *Pengaruh* tidak langsung variabel *customer relationship marketing* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan pelanggan memiliki hasil interpretasi lebih besar dibandingkan pengaruh langsung variabel *customer relationship marketing* terhadap loyalitas pelanggan.

#### **V.2 Saran**

Berdasarkan uraian kesimpulan diatas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

- a. Bank perlu memperhatikan loyalitas pelanggan, salah satunya dengan cara menerapkan *customer relationship marketing* dengan baik. Dengan memperhatikan kebutuhan setiap nasabah, apa yang mereka perlukan dari pelayanan yang diberikan oleh Bank Yudha Bhakti. Mereka harus mampu memenuhi kebutuhan para nasabahnya sehingga mampu memberikan efek positif. Bank juga harus memperbaiki dalam hal menyampaikan informasi kepada nasabah, mereka harus memberikan informasi secara akurat dan dapat dipercaya. Dengan cara penyampaian yang baik maka nasabah akan merasa diprioritaskan, dengan begitu kepercayaan akan terbentuk. Kepercayaan yang sudah terbentuk melalui penerapan *customer relationship marketing* yang baik, secara tidak langsung akan menimbulkan rasa loyalitas nasabah.

- b. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan selain *customer relationship marketing* dan kepercayaan pelanggan.

