

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

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

Berdasarkan hasil analisa data dan pengujian hipotesa Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Loyalitas Nasabah. Maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan uji korelasi dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki hubungan yang kuat dan positif terhadap Loyalitas Nasabah. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat: Adanya pengaruh program CSR terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk.Kc.Cinere.

Program *Corporate Social Responsibility* dapat memberikan informasi kepada *stakeholder* sehingga dukungan akan terwujud jika dampak negatif pada ranah sosial, ekonomi, dan lingkungan bukan hanya dapat diminimalisir, tetapi justru dapat memberikan dampak positif yang besar bagi Nasabah.

*Corporate Social Responsibility* yang semakin baik dari Bank Mandiri merupakan salah satu unsur penting yang dapat mendorong nasabah untuk tetap setia atau loyal menginvestasikan dana mereka pada Bank Mandiri.

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

Berdasarkan uraian dari kesimpulan di atas, maka penulis mencoba memberikan beberapa saran yang mungkin dapat menjadi masukan bagi pihak perusahaan yaitu :

1. Perusahaan harus meningkatkan program *Corporate Social Responsibility* yang berdampak langsung kepada ranah sosial, ekonomi, dan lingkungan di masyarakat.
2. Perusahaan diharapkan mampu mempertahankan program *Corporate Social Responsibility*.

3. Perusahaan diharapkan dapat melakukan inovasi Program *Corporate Social Responsibility* di masa depan.

