

BAB V PENUTUP

V.1 Simpulan

Bersumber dari hasil analisis serta pembahasan yang diuraikan pada bab – bab sebelumnya tentang peran *customer relationship marketing* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia. *Customer relationship marketing* menerapkan strategi pemasaran seperti pegawai dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi nasabah, suasana penataan ruangan yang nyaman, sikap simpati pegawai dalam melayani nasabah, profesionalisme pegawai dalam melayani nasabah, pelayanan pegawai yang cepat tanggap dalam mengatasi keluhan, dan menerapkan proses antrian yang efisien dalam rangka mempertahankan nasabah yang ada agar nasabah tersebut tetap menggunakan Bank Syariah Indonesia sebagai sarana transaksi.

Pada Bank Syariah Indonesia, *Customer relationship marketing* sangat berperan penuh dalam alur kegiatan marketing yang dijalankan, seperti menerapkan strategi dalam kecepatan pelayanan, susunan penataan ruangan, serta profesionalisme pegawai dalam melayani nasabah dimana hal ini berhasil mempengaruhi nasabah agar tetap mempertahankan loyalitas yang terjalin antara nasabah dan bank.

Terdapat beberapa hambatan yang dihadapi Bank Syariah Indonesia untuk menjaga loyalitas nasabahnya seperti persaingan dengan bank konvensional, pemahaman tentang prinsip syariah, keterbatasan produk dan layanan, infrastruktur teknologi yang terbatas, serta kepercayaan dan reputasi.

V.2 Saran

Bersumber dari hasil pembahasan serta kesimpulan yang terdapat dari halaman sebelumnya, peneliti dapat memberikan beberapa saran terkait peran *customer relationship marketing* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Peneliti memberi saran kepada Bank Syariah Indonesia agar dapat dijadikan masukan terkait loyalitas nasabah, terutama faktor Strategi *customer relationship marketing* untuk meningkatkan loyalitas nasabah.

- a. Faktor Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang paling besar untuk meningkatkan loyalitas nasabah sehingga Bank Syariah Indonesia diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu dengan didukung indikator seperti cara pegawai menyelesaikan masalah, suasana penataan ruangan, simpati pegawai dalam melayani itu bisa dianggap mampu mempengaruhi loyalitas nasabah, dan dengan selalu memberikan kepuasan yang sesuai dengan apa yang diinginkan nasabah selama menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia, sehingga terciptalah nasabah yang loyal terhadap Bank Syariah Indonesia.
- b. Untuk bisa bersaing dengan bank konvensional, Bank Syariah Indonesia harus mampu memberikan produk dan layanan yaitu seperti memanfaatkan keunggulan dengan menggunakan prinsip syariah, lalu dengan melakukan edukasi untuk meningkatkan pemahaman tentang prinsip – prinsip syariah dan produk Bank Syariah Indonesia, beberapa nasabah mungkin belum sepenuhnya memahami konsep dan manfaat dari sistem Bank Syariah Indonesia, selanjutnya untuk mengatasi keterbatasan produk dan layanan Bank syariah Indonesia perlu terus mengembangkan produk dan layanan yang inovatif untuk memenuhi kebutuhan nasabah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Adapun saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah beberapa pengukuran bebas lain diluar pengukuran yang telah diambil oleh peneliti. Dimana tujuannya yaitu supaya lebih bervariasi dalam penelitian selanjutnya serta mampu menyempurnakan penelitian ini.