

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh *Relationship Marketing* dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Palembang, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan diantaranya:

1. *Relationship marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Palembang. Artinya semakin baik *relationship marketing* antara nasabah dan pihak bank akan meningkatkan loyalitas nasabah, maka hipotesis terbukti.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Palembang. Artinya peningkatan kualitas pelayanan yang baik akan diikuti dengan peningkatan loyalitas nasabah, maka hipotesis terbukti.
3. *Relationship marketing* dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Palembang. Artinya peningkatan *relationship marketing* dan kualitas pelayanan secara simultan akan meningkatkan loyalitas nasabah, maka hipotesis terbukti.

B. Saran

Berdasarkan hasil yang didapatkan dari penelitian ini, maka peneliti dapat mengemukakan beberapa saran yang mungkin bermanfaat untuk diterapkan sebagai berikut:

1. Bagi Bank BNI Syariah Kantor Cabang Palembang.
 - a. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Palembang di harapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan *relationship marketing* dengan nasabah guna mengetahui masalah ataupun keinginan nasabah karena dengan terpenuhinya semua keinginan nasabah akan diikuti dengan peningkatan loyalitas nasabah.
 - b. Dalam perkembangannya di dunia perbankan Bank BNI Syariah Kantor Cabang Palembang diharapkan tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang baik, dengan memberikan kualitas pelayanan yang tinggi kepada nasabah maka nasabah akan berkomitmen dalam menggunakan produk bank sehingga loyalitas nasabah akan meningkat.
 - c. Disarankan agar Bank BNI Syariah Kantor Cabang Palembang meningkatkan *relationship marketing* dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Misalnya dengan mengadakan beberapa *event* guna mempererat *relations* terhadap nasabah dan juga dalam hal pelayanan, menangani masalah dengan cepat dan tanggap, memberikan solusi pada nasabah yang mengalami kendala, karena dapat meningkatkan loyalitas nasabah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menggunakan variabel-variabel penelitian lebih banyak karena kinerja perbankan syariah yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bukan hanya *relationship marketing* dan kualitas pelayanan saja, sehingga penelitian kedepannya akan menjadi lebih baik lagi.
- b. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mempelajari terlebih dahulu karakteristik subjek ataupun objek penelitian agar mendapat hasil yang lebih spesifik.