

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengaruh profit sharing, corporate social responsibility, nilai nasabah dan relationship marketing terhadap loyalitas nasabah dengan melalui penyebaran kuesioner sebanyak 100 angket pada nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang maka kesimpulannya yaitu :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Profit Sharing terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang.
2. Tidak terdapat pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang.
3. Tidak terdapat pengaruh Nilai Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Relationship Marketing terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang.
5. Profit Sharing, Corporate Social Responsibility, Nilai Nasabah, dan Relationship Marketing berpengaruh signifikan secara simultan terhadap

Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang.

B. Saran

Merujuk pada hasil tersebut, penulis mengemukakan saran untuk penelitian yang sudah dilakukan antara lain :

1. Pihak bank harus tetap mempertahankan ketepatan waktu pembayaran bagi hasil agar nasabah tetap loyal terhadap Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang
2. Sebaiknya pihak Bank Sumsel Babel Kantor Cabang Palembang lebih memperhatikan penerapan atau implementasi Corporate Social Responsibility, yang mana kegiatan tersebut sudah di atur oleh Undang-undang No 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas (UU PT), karena program csr ini merupakan bentuk tanggung jawab sosial bagi lingkungan sekitar perusahaan yang mana dapat diartikan bahwa perusahaan tidak hanya mencari keuntungan tetapi juga memiliki rasa simpati dan empati terhadap lingkungan sekitar, program ini sangat penting untuk membangun reputasi perusahaan yang mana jika reputasi perusahaan baik di mata masyarakat otomatis masyarakat akan tertarik dan percaya terhadap bank sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah dalam jangka panjang dan membuat nasabah loyal.
3. Sebaiknya pihak bank lebih memperhatikan dan memahami kebutuhan nasabah baik dari segi nilai emosi, sosial, kualitas dan harga yang mana

penilaian nasabah sangat berarti untuk perbankan jika nilai dimata nasabah baik dan sesuai dengan keinginan nasabah tentu saja nasabah akan merasa senang dan loyal terhadap perbankan tersebut.

4. Pihak bank tetap mempertahankan dan menjaga hubungan yang baik dengan nasabah atau relationship marketing terhadap nasabah seperti yang sudah di lakukan sekarang.
5. Bagi perbankan nasabah yang loyal merupakan sebuah asset. Karena nasabah yang loyal dapat menciptakan hubungan mitra yang baik dalam jangka panjang untuk pengembangan suatu perusahaan, oleh karena itu pihak bank harus memenuhi kebutuhan nasabah agar terciptanya nasabah yang loyal , jika nasabah sudah loyal terhadap suatu perbankan maka perbankan tersebut akan mampu bertahan disamping persaingan bisnis perbankan yang semakin ketat saat ini.