

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan citra perbankan terhadap loyalitas nasabah, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator yang diterapkan oleh bank BRI syariah kurang berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah. Hal ini dapat dilihat dari hasil jawaban pernyataan yang diberikan pada responden bervariasi ada yang setuju dan ada yang tidak setuju. Maka dalam hal ini *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak dapat berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas nasabah.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra perbankan berpengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi citra perbankan maka akan semakin meningkat loyalitas nasabah.
3. Variabel Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Citra Perbankan terhadap loyalitas nasabah, secara bersama-sama (simultan) menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini.

Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi praktisi, diperlukan adanya suatu strategi yang bagus untuk menjaga loyalitas nasabah, sehingga nasabah tidak beralih pada produk lain. Kemudian untuk implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada PT Bank BRI Syariah Palembang KC A.RIVAI untuk lebih meningkatkan aktivitas sosial dan lingkungan karena selain memberikan manfaat bagi masyarakat secara umum, akan tetapi juga dapat memberikan keuntungan yang berkelanjutan bagi PT Bank BRI Syariah Palembang KC A.RIVAI. Adanya sosialisasi yang baik dan pengenalan yang mendalam kepada masyarakat umum juga sangat diperlukan agar masyarakat mengetahui dan mengenal PT Bank BRI Syariah Palembang KC A.RIVAI, sehingga dengan demikian masyarakat mau menggunakan jasa perbankan dalam transaksi keuangan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya untuk memperluas penelitian yang akan dilakukan sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Selain itu sebaiknya peneliti menambah jumlah variabel mengingat penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen saja, sehingga informasi yang didapatkan akan semakin lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Azheri, Busyra. *Corporate Social Responsibility dari Voluntary menjadi Mandatory. Cetakan 2.* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012).
- Azhari, Busyra. *Corporate Social Responsibility dari Voluntary Menjadi Mandatory.* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011).
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek.* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013)
- Bawono, Anton. *Multivariate Analysis Dengan SPSS.* (Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2010)
- Azhari, Busyra. *Corporate Social Responsibility dari Voluntary Menjadi Mandatory.* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011).
- Bawono, Anton. *Multivariate Analysis dengan SPSS.* (Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2011)
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.* (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011)
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21. Edisi VII.* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013)
- Hadi, Nur. *Corporate Social Responsibility edisi Pertama.* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2011).
- Riduwan. Engkos Achmad Kuncoro. *Cara menggunakan dan memakai Analisis Jalur (Path).* Cetakan kedua. (Bandung: Alfabeta, 2014)

- Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010)
- Sangadji, Etta Mamang. Sopiha (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: ANDI, 2013)
- Sunyoto. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. (Bandung. PT Refika, 2013)
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R & D*. (Bandung. Alfabeta, 2014)
- Zulkarnain. *Ilmu Menjual : Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual*. (Yogyakarta : Graha Ilmu,2012)
- Juli Prastyorini dan Arfin Ardi Fandiyo. *Citra Perusahaan Dan Corporate Social Responsibility (Csr)Terhadap Loyolitas Pelanggan Pt Pelabuhan Indonesia III Cabang gresik*. Jurnal Stiamak Vol 2 No 1_(2019)
- Muhadjirl dan Gita Fitri. *Republik Indonesia, 2007*. Journal The Winner, (2011) Hal. 181
- Nifita, Ade Titi. Pengaruh Citra BCA terhadap Loyalitas NasabahTabungan BCA Cabang Jambi. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern,(Online)*, ISSN: 2085-0972, Vol. 2, No. 2 (2010), 158-169.
- Rohmah, As'adatur. 2013. *Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Loyalitas Nasabah LKI Buana Kartika Mranggen*. Jurnal Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Walisongo, (2013)
- Yuliana. "Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility dan dampaknya terhadap reaksi investor" Jurnal akuntansi dan keuangan Indonesia Vol. 5 No. 2: (2018), 132-149

Sulastri. *Pengaruh penerapan corporate social Responsibility (csr) terhadap loyalitas nasabah Dengan corporate image dan kepuasan nasabah Sebagai variabel intervening*. Skripsi :Institut Agama Islam Negeri Salatiga, (2015)

Saputri, Nurmana. *Analisis corporate social responsibility sebagai pembentuk citra perusahaan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan*. Skripsi diterbitkan. Universitas Diponegoro, (2010)

Zona keuangan, diakses melalui <https://www.zonkeu.com>. Diakses pada tanggal 03 Februari 2020 Jam 21:25

BRI Syariah diakses melalui <https://www.brisyariah.co.id>. Diakses pada tanggal 2 Maret 2020 Jam 14:25

BRI Syariah “*Visi dan Misi*”. Diakses melalui <http://www.brisyariah.com> pada tanggal 05 Oktober 2020 Pukul 10:47

