BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian yang telah diolah data yang didapat dari 200 orang responden pada nasabah PT. BNI Tbk. Cabang Maranatha, maka penulis dapat menarik kesimpulan dan mencoba untuk memberika saran yang diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mingkatkan customer relationship management terhadap loyalitas nasaban PT. BNI Tbk. Cabang Maranatha.

5.1 Kesimpulan

Dari pengolahan data analisis data, pengujian hipotesis, analisis dan pembahasan hasil penelitian, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut :

1. Dilihat dari hasil pengelohan data, didapat nilai Adj R Squared 68,5%, nilai r 83,1%, nilai sig sebesar 0.000 sehingga dapat disimpulkan bahwa *Customer Relationship Management* berpengaruh positif terhadap Loyalitas nasabah PT.BNI, Tbk cabang Maranatha. Customer relationship Management berpengaruh sebesar 68,5% terhadap Loyalitas nasabah PT.BNI, Tbk cabang Maranatha.

2. Keeratan hubungan antara variabel X *(CRM)* terhadap variabel Y (Loyalitas), yaitu masih depengaruhi oleh faktor lainnya sebesar 31,5%. Sig sebesar 0.000 < 0.05 menunjukan bahwa H_1 diterima.
3. Dilihat dari hasil pengelohan data pada tabel coefficient, dapat dilihat nilai sig untuk setiap komponen *Customer Relationship Management* terhadap loyalitas nasabah PT. BNI, Tbk sebagai berikut :
    a. Teknologi memiliki nilai sig 0.000 < 0.05 berarti teknologi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT.BNI, Tbk cabang Maranatha.
    b. Tenaga kerja nilai sig 0.473 > 0.05 berati tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT.BNI, Tbk cabang Maranatha.
    c. Proses nilai 0.009 < 0.05 berati proses berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT.BNI, Tbk cabang Maranatha.
    d. Pengetahuan dan Wawasan nilai sig 0.000 < 0.05 berati pengetahuan dan wawasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT.BNI, Tbk cabang Maranatha.

5.2 Saran

Dari komponen *Customer Relationship Management,* terdapat 1 komponen yang tidak berpengaruh secara signifikan, sehingga PT.BNI Tbk cabang Maranatha harus berupaya untuk meningkatkan kualitas Tenaga kerja, dengan

cara memberikan apresiasi terhadap tenaga kerja PT. BNI, Tbk cabang Maranatha dalam bentuk peningkatan jenjang karir dimana hal tersebut dapat menciptakan *intrapeunership* dalam setiap tenaga kerja PT.BNI, Tbk. diyakini bahwa intrapeunership yang ada pada diri tenaga kerja dapat meningkatkan kualitas kinerja dan rasa memiliki terhadap sebuah perusahaan sehingga pada saat tenaga kerja PT.BNI Tbk melayani nasabahnya dengan Totalitas yang akans memberikan kepuasan, dimana sebuah kepuasan akan menciptakan loyalitas.

Besar pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap loyalitas nasabah PT. BNI Tbk, dalam peneletian ini 68,5%, hal ini menunjukkan peran *customer relationship management* perlu ditingkatkan agar dapat menciptakan loyalitas nasabah PT. BNI, Tbk cabang Maranatha.