

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis dan pembahasan pada bab 4, maka penulis menyimpulkan bahwa :

1. Persepsi para nasabah mengenai aktifitas *Customer Relationship Management* (CRM) yang dilakukan Bank BNI cabang Surya Sumantri dirasa sudah cukup baik, terbukti ketika penulis melakukan tabulasi terhadap 267 kuesioner, dan sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka setuju bahkan sangat setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang diajukan. Dengan kata lain nasabah merasa puas dengan aktifitas *Customer Relationship Management* (CRM) yang dilakukan oleh Bank BNI Cabang Surya Sumantri.
2. Besar pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap Kepuasan Nasabah setelah dianalisis adalah sebesar 32,1 % sedangkan 67,9 % dipengaruhi oleh faktor lain, Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BNI cabang Surya Sumantri. Prosedur pengujian dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. H_0 : Tidak ada pengaruh positif antara *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI cabang Surya Sumantri.

H_1 : Terdapat pengaruh positif antara *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI cabang Surya Sumantri.

2. Tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$

3. Kriteria penerimaan: H_0 ditolak apabila $\alpha \leq 0,05$

H_0 diterima apabila $\alpha > 0,05$

Berdasarkan pengujian tingkat signifikansi *Customer Relationship Management* (Orang-orang yang Profesional, Proses yang Didesain dengan Baik, Teknologi yang Memadai) sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa $0,000 < 0,05$, maka dengan kata lain berpengaruh secara signifikan antara *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BNI cabang Surya Sumantri dan arahnya positif.

5.2. Saran

Saran yang hendak disampaikan oleh penulis terhadap aktifitas *Customer Relationship Management* (CRM) pada Bank BNI cabang Surya Sumantri adalah sebagai berikut :

1. Karena *Customer Relationship Management* (CRM) memberikan pengaruh yang positif terhadap persepsi dan kepuasan nasabah, maka Bank BNI cabang Surya Sumantri harus terus meningkatkan dan mengembangkan kinerja pekerjaan di Bank BNI cabang Surya

Sumantri. Kemudian Bank BNI cabang Surya Sumantri harus terus mempertahankan bahkan meningkatkan keunggulan karyawan, proses, dan teknologi yang ada sehingga para nasabah akan tetap merasa puas bahkan loyal terhadap produk-produk yang ditawarkan. Kemudian Bank BNI cabang Surya Sumantri harus terus selalu mengevaluasi keseluruhan kinerja yang ada dan memperhatikan kritik dan saran yang diberikan oleh para nasabahnya, agar nasabah dapat merasa bahwa mereka adalah bagian dari perusahaan atau *stakeholder* dalam perusahaan, sehingga hubungan tersebut akan menimbulkan rasa kepuasan nasabah yang besar.

2. Bagi mahasiswa lain yang akan melakukan penelitian lanjutan, penulis berharap agar mahasiswa dapat terus mengembangkan pemikirannya dalam menyusun penelitian lanjutan dengan baik. Semoga penelitian ini juga dapat menginspirasi dan bermanfaat bagi pembacanya.