

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Hasil analisis PLS-SEM pada pengujian hipotesis penelitian dapat dirangkum kesimpulan sebagai berikut:

1. *Customer relationship marketing* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah prioritas di BRI Cabang Purwokerto.
2. *Customer relationship marketing* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah prioritas di BRI Cabang Purwokerto.
3. Kepuasan nasabah memediasi pengaruh antara *customer relationship marketing* terhadap loyalitas nasabah prioritas di BRI Cabang Purwokerto.

#### **B. Implikasi**

1. Kepuasan nasabah salah satunya didapat pada saat mendapatkan respon yang cepat dalam mengatasi kendala, sehingga BRI cabang Purwokerto perlu menjaga pelayanan yang berkualitas, bukan hanya fokus pada *outcome* (hasil akhir) saja dengan salah satunya yaitu mempertahankan respon yang cepat dalam menanggapi keluhan dari nasabah.
2. Hubungan yang terjalin baik akan menghasilkan *Relationship Marketing* yang baik pula. Seperti memperbaiki kepercayaan kepada pelanggan, kemudian respon yang cepat dan tanggap dalam mendengarkan keluhan pelanggan, dan akhirnya dapat menghasilkan ikatan yang kuat antara BRI cabang Purwokerto dengan nasabah. Hubungan yang kuat dapat

menjadikan hubungan jangka panjang yang akan meningkatkan loyalitas nasabah prioritas di BRI Cabang Purwokerto.

3. *Relationship Marketing* tidak menjadi ukuran nasabah menjadi sangat loyal, akan tetapi secara tidak langsung harus memberikan kepuasan kepada nasabah agar bertahan menjadi nasabah prioritas di BRI cabang Purwokerto.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

1. Penelitian ini belum membahas aspek kepribadian dan faktor lain yang kemungkinan dalam memediasi dan mempengaruhi loyalitas dan kepuasan nasabah.
2. Sampel penelitian yang kecil sehingga gambaran dan hasil kurang komprehensif.

