

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada bank **bjb** Cabang Garut mengenai bauran pemasaran jasa dan manajemen kereliasian konsumen terhadap loyalitas nasabah, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa dari lima (5) sub variabel mengenai bauran pemasaran jasa yang diteliti, dapat dilihat bahwa rata-rata dari setiap pertanyaan memiliki nilai yang hampir sama. Akan tetapi pada sub variable promosi memiliki nilai yang lebih tinggi, sedangkan sub variabel orang memiliki nilai terendah, dalam hal ini adalah keramahan dan sifat komunikatif karyawan, ketelitian dan keakuratan dalam melayani nasabah. Sedangkan untuk sub variabel promosi yaitu kegiatan promosi yang menarik, promosi dengan menyebarkan brosur kepada nasabah dan memberikan penjelasan yang jelas dan penyediaan hadiah undian agar nasabah termotivasi untuk meningkatkan saldo tabungannya dengan nilai rata-rata yang paling besar harus mampu dipertahankan dan ditingkatkan oleh bank **bjb**.
2. Dari hasil penelitian, dapat diketahui sub variable *partnering programing* yaitu dengan melakukan kerjasama dengan pihak lain dan menjalin kerja sama dengan pihak lainnya memiliki nilai yang lebih tinggi, sedangkan sub variabel *contuinity marketing* memiliki nilai terendah, *contuinity*

*marketing* dalam hal ini adalah tingkat daya tarik pemberian *reward* kepada pelanggan melalui promosi undian dan hadiah langsung juga pemberian kebijakan-kebijakan khusus kepada nasabah khusus yang memiliki nilai yang lebih tinggi. Sedangkan untuk sub variable *patnering programming* dengan nilai rata-rata yang paling besar harus mampu dipertahankan dan ditingkatkan oleh perusahaan.

3. Bauran pemasaran jasa merupakan faktor yang paling dominan berpengaruh untuk meningkatkan loyalitas nasabah bank **bjb** Garut dibandingkan dengan manajemen kerelasiaan konsumen. Bauran pemasaran yang dimaksudkan dalam hal ini adalah promosi. Sehingga hal ini akan memberikan pengaruh terbesar dalam meningkatkan loyalitas nasabah bank **bjb** cabang Garut.

## 5.2 Saran

Dari kesimpulan di atas, untuk meningkatkan loyalitas nasabah bank **bjb** dapat penulis sarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Dari variabel bauran pemasaran jasa, sub variabel *people* merupakan yang paling terendah, *people* sehingga untuk dapat meningkatkan kinerjanya karyawan harus lebih ramah dan bersifat komunikatif terhadap pelanggan, teliti dan lebih akurat dalam melayani nasabah serta memberikan suguhan seperti permen dalam melayani nasabah.
2. Untuk meningkatkan *continuity marketing* bisa dengan cara meningkatkan *cross selling* atau *upselling* yang dilakukan oleh tenaga

*frontliner* seperti *customer service* dan *teller*.

3. Memberi pendidikan dan latihan tentang *service excellent* dan *role play* secara berkala untuk meningkatkan pengetahuan dan pelayanan sumber daya manusia. Pemberian *reward* bila sumber daya manusia mencapai target tertentu.
4. Meningkatkan promosi yang sudah ada dengan cara *update* brosur, iklan di radio, penyelenggaraan *event* seperti pemberian *Corporate Social Responsibility (CSR)*, pameran dll.

