

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan analisis regresi sederhana yang berjudul pengaruh *Relationship Marketing* terhadap *Customer Loyalty* di dapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis korelasi sederhana ( $r$ ) didapat korelasi antara *Relationship Marketing* dengan *Customer Loyalty* ( $r$ ) menunjukkan terjadi hubungan yang kuat antara *Relationship Marketing* dengan *Customer Loyalty*. Sedangkan arah hubungan adalah positif karena nilai  $r$  positif, berarti semakin tinggi *Relationship Marketing* maka akan meningkatkan kepercayaan terhadap *Customer Loyalty*.
2. Pengujian dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana menunjukkan variabel *Relationship Marketing* ( $X$ ) memiliki koefisien beta positif berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty*.
3. Koefisien determinasi diperoleh bahwa nilai koefisien determinasi variasi variabel *Customer Loyalty* dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel independen *Relationship Marketing*. Sedangkan sisanya sisanya dijelaskan oleh sebab lain diluar model

### Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan di atas dapat diberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Pihak pengelola perbankan perlu terus meningkatkan *Relationship Marketing* yang terdiri dari *understanding customer expectation* dan *building service partnership* karena variabel-variabel ini berpengaruh terhadap *customer loyalty*.
2. Penelitian selanjutnya hendaknya menggunakan sampel yang lebih besar, dengan cakupan wilayah yang lebih luas sehingga kemampuan generalisasinya dapat ditingkatkan.
3. Di harapkan dalam penelitian selanjutnya dapat menambah variabel di luar dari penelitian ini.