

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan pada hasil pembahasan dan pengujian hipotesis penelitian, mak simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. CRM memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *customer experience*, semakin baik CRM yang diterapkan oleh Bank CIMB Niaga Syariah Gresik maka *customer experience* semakin tinggi.
2. CRM memiliki pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah, semakin baik penilaian nasabah terhadap CRM Bank CIMB Niaga Syariah Gresik maka semakin tinggi kepuasan nasabah.
3. *Customer experience* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *customer satisfaction*, ketika nasabah merasa mendapatkan berbagai pengalaman selama berinteraksi dengan Bank CIMB Niaga Syariah Gresik maka kepuasan nasabah semakin tinggi.
4. *Customer experience* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *customer loyalty*, sehingga ketika nasabah merasa mendapatkan berbagai pengalaman selama berinteraksi dengan Bank CIMB Niaga Syariah Gresik akan mampu meningkatkan kesetiaan nasabah.
5. *Customer satisfaction* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *customer loyalty*, semakin tinggi kepuasan nasabah mampu meningkatkan kesetiaan nasabah
6. *Customer experience* menjadi variabel yang memediasi pengaruh CRM terhadap *customer loyalty*. Tingkat pengalaman nasabah ternyata mampu menjadi perantara CRM yang memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *customer loyalty*.

7. *Customer satisfaction* menjadi variabel yang memediasi pengaruh CRM terhadap *customer loyalty*. Tingkat kepuasan nasabah ternyata mampu menjadi perantara CRM yang memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *customer loyalty*.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Akademis

CRM terbukti memiliki pengaruh terhadap *customer experience* dan *customer satisfaction* dan memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap *customer loyalty* melalui *customer experience* dan *customer satisfaction*. Untuk itu, saran yang diajukan dalam penelitian ini adalah saran mengenai CRM sebagai variabel bebas penelitian.

1. Manajemen Bank CIMB Niaga Syariah Gresik sebaiknya terus meningkatkan kemudahan dalam layanan ATM CIMB Group dengan cara memperbanyak mesin ATM di beberapa kawasan yang ramai pengunjung.
2. Bank CIMB Niaga Syariah Gresik sebaiknya terus meningkatkan kenyamanan suasana dengan member hiasan-hiasan pada ruangan dan menawarkan program tabungan yang lebih menarik bagi nasabah seperti undian berhadiah dan tukar poin.
3. Manajemen Bank CIMB Niaga Syariah Gresik memberikan hadiah atau poin kepada nasabah untuk meningkatkan kepuasan.
4. Bagi nasabah yang puas dengan kinerja Bank CIMB Niaga Syariah Gresik akan merekomendasikan bank tersebut kepada rekan untuk menggunakan produk dari Bank CIMB Niaga Syariah Gresik.

5.2.2. Saran Praktis

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah jumlah responden yang terbatas, ruang lingkup penelitian yang sempit, dan masih banyaknya variabel yang dapat digunakan dengan penelitian sehingga disarankan agar dalam penelitian berikutnya ditambahkan jumlah responden, ruang lingkup penelitian, dan jumlah variabel sehingga dapat mengatasi keterbatasan yang ada dalam penelitian ini.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Alghaswyneh, O. F. M, 2014, The Impact of Implementing Customer Relationship Management in Umniah Mobile Company Jordan, *European Journal of Business and Social Sciences*, Vol. 2, No. 10, January: 169-181.
- Alsemgeest, L., dan J. V. Zyl., 2012, CRM and Customer Satisfaction in a South African Agricultural Business: A Different Perspective: 1-10.
- Amoako, G. A., E. Arthur, C. Bandoh, dan R. K. Katah, 2012, The Impact Of Effective Customer Relationship Management (CRM) on Repurchase: A Case Study of (GOLDEN TULIP) Hotel (ACCRA-GHANA), *Africcan Journal of Management*, Vol. 4, No. 1:17-29.
- Aryani, S. dan F. Rosita, 2010, Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam membentuk Loyalitas Pelanggan, Bisnis & Birokrasi, *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol. 17, No. 2, Mei-Agustus: 114-126.
- Bungin B., 2011, *Metode Penelitian Sosial: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif*, Surabaya: Airlangga University Press.
- CIMB Niaga Laporan Tahunan 2010,
<https://www.cimbnegara.com/?ch=20&pg=34&ac=225&bb=243>
diakses tanggal 20 Mei 2014.
- CIMB Niaga Syariah Raih Penghargaan di Ajang IFAC 2014 dan Indonesian Bank Loyalty Award 2014,
http://www.cimbnegara.com/index.php?ch=gen_about&pg=gen_about_news&ac=385 diakses tanggal 20 Mei 2014.
- Daftar 10 Bank Syariah yang Memiliki Nasabah Paling Loyal, 2011,
<http://www.infobanknews.com/2011/02/daftar-10-bank-syariah-yang-memiliki-nasabah-paling-loyal/> diakses tanggal 25 Mei 2014.

- Dharmayanti, D., 2006, Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan sebagai Moderating Variable terhadap Loyalitas Nasabah, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 1, April: 35-43.
- Durianto, D., Sugiarto, dan L. J. Budiman, 2004, *Strategi Memimpin Pasar*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ejaz, R., M. A. Ahmed, dan Z. Ahmad, 2013, Impact of CRM Practices on Customers' Behaviors, *International Journal of Business and Management Invention*, Vol. 2, Issue 7, July: 79-88.
- Ghozali, Imam, & Fuad. 2005. *Structural equation modeling: Teori, konsep, dan aplikasi dengan lisrel 8.54*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hamid, N. R. A. dan R. M. Akhir, Beyond Technology-Based Customer Relationship Management-It Is Total Customer Experience Management, *Research in Business and Economics Journal*: 1-14.
- Japarianto, E., P. Laksmono, dan N. A. Khomariah, 2007, Analisa Kualitas Layanan sebagai Pengukur Loyalitas Pelanggan Hotel Majapahit Surabaya dengan Pemasaran Relasional sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol. 3, No. 1, Maret: 34-42.
- Kamaladevi, B., 2010, Customer Experience Management in Retailing, *Business Intelligence Journal*, Vol. 3, No. 1, Januari: 37-54.
- Klaus, P., dan S. Maklan, 2012, Toward a Better Measure of Customer Experience, *International Journal of Market Research*, Vol. 55 Issue 2, April: 227-246.
- Kotler, P., dan G. Armstrong, 2006, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 8th ed., Jakarta: Erlangga.

- Long, C. S., dan R. Khalafinezhad, 2012, Customer Satisfaction and Loyalty: A Literature Review in the Perspective of Customer Relationship Management, *Journal of Applied Business and Finance Researches*, 1(1) 06-13.
- Mawarsari, S. D., 2006, Pengaruh Sikap Konsumen dalam Penerapan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Brand Loyalty Sabun Mandi Lifeboy, *Skripsi*, Malang, Universitas Brawijaya.
- Mithas, S., M. S. Krishnan, dan C. Fornell, 2005, Why Do Customer Relationship Management Applications Affect Customer Satisfaction?, *Journal of Marketing*, Vol. 69, October: 201-209.
- Nama-Nama Bank Syariah di Indonesia, 2014,
<http://namanamabank.blogspot.com/p/bank-syariah.html?m=1>
diakses tanggal 20 Mei 2014.
- Nash, D., D. Armstrong, dan M. Robertson, 2013, Customer Experience 2.0: How Data, Technology, and Advanced Analytics are Talking an Integrated, Seamless Customer Experience to the Next Frontier, *Journal of Integrated Marketing Communications*: 32-39.
- Martini, L. K. B., 2013, Relationship Marketing, Customer Satisfaction, Customer Commitment dan Customer Loyalty (Studi pada Sebuah Bank Nasional di Denpasar), *Buletin Studi Ekonomi*, Vol. 18, No. 1, Februari: 9-25.
- Perbankan Syariah: Perkembangan dan Penjelasan, 2014,
<http://www.syariahmandiri.co.id/en/category/edukasi-syariah/islamic-knowledge/> diakses tanggal 20 Mei 2014.
- Perbedaan Bank Konvensional dan Bank Syariah
<http://www.carajadikaya.com/perbedaan-bank-konvensional-dengan-bank/syariah/> diakses tanggal 25 Mei 2014.
- Peter, C. V., K. N. Lemon, A. Parasuraman, A. Roggeveen, M. Tsilos, L. A. Schlesinger, 2009, Customer Experience Creation: Determinants, Dynamics and Management Strategies, *Journal of Retailing* 85: 31-41.

- Shang, K.C., dan C.S. Lu, 2012, Customer Relationship Management and Firm Performance: An Empirical Study of Freight Forwarder Services, *Journal of Marine Science and Technology*, Vol. 20, No. 1: 64-72.
- Sugiyono, 2005, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, ed.1, Jakarta. Ghalia Indonesia.
- Taghizadeh, H., M. J. Taghipourian, dan A. Khazaei, 2013, The Effect of Customer Satisfaction on Word of Mouth Communication, *Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology* 5(8), Maret: 2569-2575.
- Yamin, S., dan Kurniawan, H., 2009, *Structural Equation Modeling*, Jakarta: Salemba Infotek.