

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai *Relationship Marketing* dan *Shariah Compliance* (Survei pada nasabah Bank BRI Syariah Kota Bandung), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada hasil gambaran umum responden terhadap *Relationship Marketing*, *Shariah Compliance* dan *Loyalitas*. *Relationship Marketing* termasuk kedalam kategori tinggi hal ini dikarenakan responden merasakan pemeliharaan hubungan yang dilakukan bank sudah sangat baik sehingga hubungan baik tetap dirasakan responden. Kemudian dari segi *Shariah Compliance* termasuk dalam kategori tinggi hal ini dikarenakan responden merasa kepatuhan syariah yang dijalankan bank sudah cukup baik. Selanjutnya dari gambaran loyalitas nasabah termasuk dalam kategori tinggi hal ini dikarenakan mayoritas responden tidak ingin berpindah pada bank lain dan ingin melakukan pembelian ulang.
2. *Relationship Marketing* pada loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah berjalan dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil deskripsi variabel *Relationship marketing* yang termasuk kategori tinggi, hasil ini disebabkan responden sudah merasa kepercayaan yang diberikan bank sudah sangat baik, selain itu komunikasi yang terjalin juga cukup baik sehingga pihak nasabah dan bank terhindar dari kesalahan dalam penyampaian informasi dan penanganan keluhan yang disediakan oleh bank dirasakan nasabah sangat baik sehingga penanganan keluhan dapat langsung diterima oleh bank dan menawarkan berbagai solusi sehingga potensi terjadinya konflik bisa diredam.
3. *Shariah Compliance* di bank BRI Syariah pada pembiayaan mikro mendapat respon yang cukup baik, hal ini dikarenakan responden merasa bahwa penerapan kepatuhan syariah yang dijalankan bank sudah cukup baik dimana menurut responden bank sudah terhindar dari gharar,

riba dan maysir. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik tingkat kepatuhan syariah yang dijalankan oleh bank maka semakin tinggi tingkat loyalitas nasabah.

4. Variabel bebas *Relationship Marketing* dan *Shariah Compliance* secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat loyalitas nasabah. Sehingga dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat hubungan yang baik antara bank dan nasabah maka akan semakin tinggi juga tingkat loyalitas seorang nasabah dan semakin baik penerapan kepatuhan syariah yang dijalankan bank maka akan meningkat pula tingkat loyalitas nasabah.

5.2 Implikasi dan Rekomendasi

Implikasi teoritis berdasarkan hasil temuan riset ini diantaranya yaitu bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang perbankan Islam khususnya manajemen pemasaran. Selain itu, memberikan dukungan hasil-hasil riset sebelumnya, kemudian penelitian ini akan memberikan gambaran mengenai perilaku konsumen nasabah bank syariah pasca pembelian, sehingga akan memperkuat pemahaman lembaga perbankan syariah mengenai pemasaran dan penerapan kepatuhan syariah.

Rekomendasi dari peneliti untuk lembaga perbankan syariah yaitu untuk lebih mengenalkan kepada masyarakat apa itu bank syariah dan apa bedanya dengan perbankan konvensional sehingga masyarakat akan lebih tahu akan bank syariah sehingga paradigma perbankan syariah dan konvensional sama bisa dihapus. Khususnya tentang pemahaman fiqh terkait dengan implementasi akad yang ada di perbankan syariah, sehingga dapat lebih meningkatkan loyalitas nasabah untuk selalu melakukan transaksi di bank syariah. Selain itu, bagi nasabah diantaranya yaitu meningkatkan pengetahuan tidak hanya terkait bagi hasil tetapi juga tentang produk dan akad yang dipakai di bank syariah sehingga akan memahami perbedaan antara bank syariah dan konvensional. Adapun rekomendasi bagi penelitian selanjutnya yaitu diharapkan agar dapat mengembangkan variabel yang lain yang kemungkinan dapat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Disisi lain penelitian ini masih memiliki

keterbatasan dalam melakukan penelitian, seperti terbatasnya jumlah responden penelitian dan terbatasnya variabel penelitian.