

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Penerapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Citra Perbankan. Hal ini dibuktikan melalui analisis regresi diperoleh korelasi regresi (R) bernilai positif sebesar 0,204 dan nilai  $R^2$  sebesar 0,042, serta diperoleh  $t_{hitung}$  2,064 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,9842 pada taraf signifikansi 5%.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Penerapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Sikap Nasabah. Hal ini dibuktikan melalui analisis regresi diperoleh korelasi regresi (R) bernilai positif sebesar 0,251 dan nilai  $R^2$  sebesar 0,063, serta diperoleh  $t_{hitung}$  2,566 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,9842 pada taraf signifikansi 5%.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Citra Perbankan terhadap Loyalitas Nasabah. Hal ini dibuktikan melalui analisis regresi diperoleh *standardized coefficients beta* bernilai positif sebesar 0,243 pada taraf signifikansi  $<0,05$  yaitu sebesar 0,003.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Sikap Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah. Hal ini dibuktikan melalui analisis regresi diperoleh *standardized coefficients beta* bernilai positif sebesar 0,310 pada taraf signifikansi  $<0,05$  yaitu sebesar 0,000.

5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Penerapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Loyalitas Nasabah. Hal ini dibuktikan melalui analisis regresi diperoleh nilai *standardized coefficients beta* positif sebesar 0,393 pada taraf signifikansi  $<0,05$  yaitu sebesar 0,000.
6. Variabel *Corporate Social Responsibility* dapat secara langsung berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah. maupun secara tidak langsung melalui Citra Perusahaan dan Sikap Nasabah. Besarnya pengaruh langsung adalah sebesar 0,393 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,127 sehingga pengaruh yang sebenarnya adalah pengaruh langsung variabel Penerapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Loyalitas Nasabah.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.
  - a. Aktivitas *Corporate Social Responsibility* yang diterapkan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. memiliki pengaruh terhadap tingkat Loyalitas Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Dengan adanya hal tersebut hendaknya menjadi perhatian PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. untuk lebih meningkatkan aktivitas sosial dan lingkungan karena selain memberikan manfaat

bagi masyarakat secara umum, juga dapat memberikan keuntungan yang berkelanjutan bagi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.

- b. Maraknya penawaran fasilitas produk perbankan akan dapat mengalihkan perhatian nasabah sehingga dimungkinkan nasabah akan beralih ke produk tabungan tersebut. Untuk itu diperlukan adanya suatu pelayanan dan strategi yang baik untuk menjaga loyalitas nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. sehingga nasabah tidak beralih pada produk lain dan senantiasa mendorong orang lain untuk menggunakan produk PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.

## 2. Penelitian Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi Loyalitas Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. peneliti selanjutnya juga dapat memperbesar ukuran populasi dan sampel sehingga akan dapat diperoleh data yang lebih menyeluruh. Selain itu hendaknya menggunakan metode lain misalnya melalui wawancara sehingga informasi yang diperoleh tidak bias.

## DAFTAR PUSTAKA

- A.B. Susanto. (2009). *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Esensi
- Aldilla Yuna Isnawati. (2011). Pengaruh Bagi Hasil dan Kepercayaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Sutera Mudharabah pada Bank BPD DIY Syariah. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta
- Andi Hidayatullah. (2007). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Produk terhadap Loyalitas Nasabah pada BPR Syariah Margirizki Bahagia. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Andreas Lako. (2011). *Dekostruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi*. Jakarta: Erlangga
- \_\_\_\_\_. (2008). Kewajiban CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi. *Usahawan*. No. 06 Th XXXVII
- Anonim. (2009). *Artikel Marketing*. (<http://frommarketing.blogspot.com/html>, diakses 6 Maret 2012)
- Anonim. (2009). *Sikap dan Motivasi*. (Diakses dari <http://wartawarga.gunadarma.ac.id/2009/12/sikap-dan-motivasi/htm>, pada tanggal 17 April 2012)
- Argeti, Paul A. (2010). *Komunikasi Korporat: Corporate Communication*. Jakarta: Salemba Humanika
- Bank BRI. (2011). *Laporan Keuangan Tahunan 2011*. (Diakses dari <http://www.bri.co.id>, pada tanggal 5 Juli 2012)
- Cecilia Engko. (2006). Pengaruh Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Individual dengan *Self Esteem* dan *Self Efficacy* sebagai Variabel Intervening. *Proceeding Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang*
- Christina Whidya Utami. (2006). *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat
- Churchill, Gilbert A. (2002). *Dasar-dasar Pemasaran Edisi 4, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Engel, James, F. Roger D, Paul N. (1994). *Perilaku Konsumen Jilid 1*. Jakarta: Bina Rupa Aksara

- Fandy Tjiptono. (2000). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Foster dan Cadogan. (2000). *Meningkatkan Loyalitas Nasabah*. (<http://jurnalmetoderiset.com/2012/05/meningkatkan-loyalitas-nasabah.html>, diakses 05 Mei 2012)
- Griffin, Jill. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga
- Griffin, Ricky W. (2006). *Bisnis Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga
- Hardiansyah. (2010). *CSR dan Keberlanjutan Bisnis*. (<http://agrimedia.mb.ipb.ac.id/archive/viewAbstrakArchive/id/343bfb36230755f431803966ec1a5d4a>, diakses 2 Agustus 2012)
- Imam Ghazali. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Iman Mulyana. (2007). *Citra Perusahaan*. (Diakses dari <http://oeconomicus.files.wordpress.com/2007/07/citra-perusahaan.pdf> , pada tanggal 29 Februari 2012)
- Janpie Siahaan. (2009). *Managing Competition*. Jakarta: Salemba Empat
- Joko Sulistyono. (2010). *6 Hari Jago SPSS 17*. Yogyakarta: Cakrawala
- Karsono. (2008). Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan, dan Biaya Switching dalam Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Kesetiaan Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 6. No. 2
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: Prenhallindo
- Kunwaviyah Nurcahyani. (2010). Pengaruh Partisipasi Anggaran terhadap Kinerja Manajerial melalui Komitmen Organisasi dan Persepsi Inovasi sebagai Variabel Intervening. *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang
- Marisa, Seravina. (2008). Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan BRItama (Studi Kasus pada Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Bogor). *Skripsi*. Institut Pertanian Bogor
- Mowen, John C, Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga

- Ninik Nur Fauziah. (2005). Pengaruh Citra Bank Syariah dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pada Kantor Kkas Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Nor hadi. (2011). *Corporate Social Responsibilty*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Nur Herrhyanto dan Akib Hamid. (2009). *Statistika*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Palilati, A. (2004). Pengaruh Tingkat Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Wilayah Etnik Bugis. *Jurnal Manajemen*. Vol. 1 No. 2
- Peter, Paul. Jerry Olson. (1999). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Jilid1*. Jakarta: Erlangga
- Rahmat Faisal. (2011). Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan Telkomsel Bali. *Thesis*. Universitas Udayana
- Ristiyanti Prasetijo. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI
- Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga
- Suharsismi Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Sutrisna. (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sutrisno Hadi. (2004). *Analisis Regresi*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tatik Suryani. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- T. Hani Handoko. (2000). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : BPFE
- Wibisono, Y. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Surabaya: Ashkaf Media Grafika