

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, uji analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya pada Bab IV. Berdasarkan perolehan data hasil penelitian dari responden nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) KCU Mega Kuningan Jakarta. Maka dapat disimpulkan diantaranya: (1) Terdapat pengaruh atas penerapan “Prinsip 46” terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Negara Indonesia KCU Mega Kuningan Jakarta. (2) Variabel Loyalitas Nasabah dipengaruhi pada tingkatan moderat/ sedang oleh Penerapan “Prinsip 46” yaitu 53,3 persen sedangkan sisanya 46,7 persen yang tidak dijelaskan oleh faktor lain pada penelitian ini

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka beberapa saran yang dapat diberikan antara lain:

1. Bagi Galeri Investasi Universitas Nasional

Penelitian ini diharapkan agar menjadi kegiatan pembelajaran atau implementasi atas bagaimana nilai-nilai dan praktik budaya perusahaan, khususnya Penerapan “Prinsip 46” PT Bank Negara Indonesia (Persero), yang spesifik mempengaruhi loyalitas nasabah pada sektor perbankan konvensional. Di samping itu, hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi yang relevan terkait budaya organisasi dengan Penerapan “Prinsip 46”, dan loyalitas nasabah dalam sektor perbankan. Dan memotivasi mahasiswa agar menjadi nasabah perbankan yang loyal.

2. Bagi Perusahaan Perbankan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi yang relevan terkait budaya organisasi dengan Penerapan “Prinsip 46”, dan loyalitas nasabah yang dipersepsikan atas budaya dan nilai organisasi pada salah satu subjek sektor perbankan guna menjawab tantangan persaingan dan keberlanjutan (*sustainability*). Optimalisasi strategi pembentukan loyalitas nasabah menjadi sangat penting bagi manajemen PT Bank Negara Indonesia (Persero), khususnya PT Bank Negara Indonesia (Persero) KCU Mega Kuningan, mengenai seberapa efektif penerapan “Prinsip 46” dalam komunikasi organisasi dalam membangun loyalitas nasabah.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi yang relevan terkait budaya organisasi dengan Penerapan “Prinsip 46”, dan loyalitas nasabah yang dipersepsikan atas budaya dan nilai organisasi pada salah satu subjek sektor perbankan guna menjawab tantangan persaingan dan keberlanjutan (*sustainability*). Optimalisasi strategi pembentukan loyalitas nasabah menjadi sangat penting bagi manajemen PT Bank Negara Indonesia (Persero), khususnya PT Bank Negara Indonesia (Persero) KCU Mega Kuningan, mengenai seberapa efektif penerapan “Prinsip 46” dalam komunikasi organisasi dalam membangun loyalitas nasabah.

Penelitian selanjutnya dengan topik yang sama diharapkan dapat memperluas ke variabel independen lain sebanyak 46,7 persen di luar penelitian ini yang dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu Loyalitas Nasabah. Dan penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel independen lainnya, memfungsikan variabel Penerapan “Prinsip 46” sebagai variabel intervening ataupun moderator, karena dalam penelitian ini masih terbatas menggunakan analisis regresi linier sederhana.