

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *brand image* dan *brand trust* terhadap loyalitas nasabah Bank BCA KCU Solo Slamet Riyadi Surakarta, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand image* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank BCA KCU Solo Slamet Riyadi Surakarta
2. *Brand trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank BCA KCU Solo Slamet Riyadi Surakarta.
3. *Brand image* dan *brand trust* secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank BCA KCU Solo Slamet Riyadi Surakarta.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari penelitian sehingga peneliti memberikan saran terhadap pihak yang melakukan penelitian yang sama dimasa mendatang, bagi Bank BCA KCU Solo Slamet Riyadi Surakarta, dan bagi akademis. Adapun saran itu sebagai berikut:

1. Bank BCA diharapkan dapat terus meningkatkan kepercayaan nasabah (*brand trust*) melalui peningkatan kualitas layanan, keamanan sistem perbankan *digital*, serta transparansi dalam setiap transaksi. Selain itu, bank juga perlu mempertahankan reputasi perusahaan serta meningkatkan pengalaman layanan nasabah agar hubungan jangka panjang dengan nasabah dapat terjaga dan loyalitas nasabah semakin meningkat.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang berpotensi mempengaruhi loyalitas nasabah, seperti kualitas layanan, kepuasan nasabah, kualitas sistem *digital banking*, atau *customer experience*, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif

mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah dalam industri perbankan.

3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan kajian bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian yang berkaitan dengan *brand image*, *brand trust*, dan loyalitas nasabah, khususnya pada sektor jasa perbankan.

