

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Pengaruh *financial bond* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *relationship marketing* pada PT BPR Putra Riau Mandiri. Ikatan keuangan merupakan biaya yang dikeluarkan oleh seorang pelanggan pada saat mereka membeli produk atau jasa dari perusahaan. Ikatan *financial* yang diterima oleh konsumen dapat meningkatkan hubungan dengan penyedia layanan dalam membangun hubungan dengan penyedia pelayanan.
2. Pengaruh *struktur bond* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *relationship marketing* pada PT BPR Putra Riau Mandiri. Membangun hubungan jangka panjang yang menguntungkan dengan pelanggan melalui penyediaan ikatan struktural sehingga mempermudah pelanggan untuk bertransaksi dengan perusahaan. Ikatan *struktural* memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi pelanggan.
3. Pengaruh *social bond* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *relationship marketing* pada PT BPR Putra Riau Mandiri. Pemberian manfaat sosial lebih menyentuh kebutuhan dan keinginan pelanggan secara lebih personal. Ikatan sosial digambarkan sejauh mana hubungan tertentu yang menghubungkan dan mempertahankan rasa emosional pembeli dan penjual. Ikatan ini terdiri dari banyak aspek

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

seperti keakraban, persahabatan, dukungan sosial dan interaksi antar personal.

4. Nilai F hitung (47,617) > F tabel (2,71) dengan Sig. (0,000) < 0,05. Artinya *financial bond*, *structur bond* dan *social bond* memiliki pengaruh terhadap *relationship marketing* pada PT BPR Riau Mandiri Pekanbaru.
5. Nilai R sebesar 0,783 atau 78,3% berarti *financial bond*, *structur bond* dan *social bond* memiliki hubungan terhadap *relationship marketing* pada PT BPR Putra Riau Mandiri Pekanbaru sebesar. Nilai R Square sebesar 0,613 atau 61,3% artinya *financial bond*, *structur bond* dan *social bond* dapat mempengaruhi *relationship marketing* pada PT BPR Putra Riau

6.2 Saran

1. PT BPR Putra Riau Mandiri Pekanbaru sebaiknya lebih menawarkan lagi bonus dan kemudahan kepada nasabah baik yang melakukan pembukaan rekening baru maupun nasabah-nasabah yang telah lama membuka rekening pada PT BPR Putra Riau Mandiri Pekanbaru.
2. PT BPR Putra Riau Mandiri Pekanbaru memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi kepada nasabah dengan selalu bersikap sopan kepada nasabah dengan memberikan bantuan segala permasalahan dan memberikan saran untuk menyelesaikannya.
3. PT BPR Putra Riau Mandiri Pekanbaru lebih meningkatkan lagi keamanan tabungan nasabahnya untuk memberikan rasa nyaman

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kepada nasabah dalam menggunakan jasa transaksi pada PT BPR Putra Riau Mandiri Pekanbaru.

4. Untuk peneliti selanjutnya hendaknya lebih mengembangkan lagi penelitian yang dapat mempengaruhi *relationship marketing* dengan menambah jumlah variabel lainnya serta menggunakan pendekatan yang berbeda sehingga menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.

