

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis serta pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Personal Service Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *Consumer Satisfaction* pada pengguna *mobile banking* BCA di Surabaya. Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang didapat oleh konsumen.
2. *Consumer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Loyalty* pada pengguna *mobile banking* BCA di Surabaya. Kepuasan konsumen yang didapat setelah menggunakan *mobile banking* BCA dengan tingkat layanan yang baik, maka akan meningkatkan perilaku loyalitas konsumen dengan cara memberi saran yang positif serta mau merekomendasikan *mobile banking* BCA kepada orang lain.
3. *Personal Service Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral Loyalty* pada pengguna *mobile banking* BCA di Surabaya. Fungsi kualitas layanan yang baik pada *mobile banking* BCA akan meningkatkan pengalaman yang positif kepada konsumen, sehingga membuat konsumen berperilaku loyal terhadap bank.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang telah dilakukan pada saat ini masih memiliki beberapa Batasan. Hal ini akan menjadi salah satu factor untuk mendapat perhatian lebih bagi

peneliti selanjutnya dengan topik yang terkait, beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Pelaksanaan dalam penelitian ini dilakukan menggunakan kuesioner yang disebar secara online melalui google form dan disebar pada aplikasi Whatsapp yang hasilnya subjektif dan tidak objektif. Hal tersebut berakibat peneliti tidak dapat menelusuri lebih jauh secara tatap muka dengan responden ketika mengalami kesulitan ketika menjawab pertanyaan dalam kuesioner.
2. Dalam penelitian ini, pengambilan responden hanya dilakukan dalam lingkup kota Surabaya sebanyak 156 responden. Alangkah lebih baik jika responden diambil dari pengguna dengan lingkup yang lebih luas seperti wilayah Jawa Timur, sehingga hasilnya akan lebih merata dan spesifik.
3. Dalam penelitian ini hanya menguji pada variabel *personal service quality*, *consumer satisfaction*, dan *behavioral loyalty* bagi pengguna mobile banking BCA di Surabaya.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, maka terdapat beberapa saran, hal ini tentunya bertujuan untuk kesesuaian data yang lebih akurat dan lebih baik dalam penelitian selanjutnya. Saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

Bagi Peneliti Selanjutnya

Pertama, bagi peneliti selanjutnya diharapkan mengembangkan variabel lain yang berguna untuk mencari factor apa saja yang mempengaruhi *consumer satisfaction* dan *behavioral loyalty* pada pengguna aplikasi *mobile banking* BCA di Surabaya. Kedua, diharapkan dalam penelitian selanjutnya perlu melakukan penyebaran kuesioner dengan lingkup yang lebih luas guna memperoleh hasil yang lebih spesifik.

Bagi Masyarakat

Masyarakat perlu memahami dengan jelas mengenai layanan yang diberikan oleh *mobile banking* BCA yang mencakup kualitas layanan transaksi pembayaran, layanan pinjaman, layanan *customer service*, layanan investasi, dan layanan kartu kredit. Selain itu, masyarakat yang menggunakan *mobile banking* BCA dapat mengetahui berbagai macam layanan yang disediakan dengan biaya yang wajar.

Bagi Pihak Bank BCA

Mobile banking BCA merupakan aplikasi pembayaran online yang telah digunakan sebanyak 10 juta lebih oleh masyarakat Indonesia. Pihak bank BCA sebaiknya lebih memperhatikan aspek yang terdapat dalam fitur *mobile banking* BCA seperti kualitas layanan yang diberikan kepada nasabahnya, sehingga para nasabah tersebut merasa nyaman dan puas saat melakukan transaksi pembayaran.

Selanjutnya pihak bank BCA juga harus memperhatikan fitur layanan yang disediakan dalam aplikasi *mobile banking* seperti layanan bisnis pinjaman, karena jika dilihat dari indikator dalam kualitas layanan menyebutkan “Saya puas dengan

layanan bisnis pinjaman *mobile banking* BCA” memiliki nilai yang paling rendah diantara indikator lainnya.

Terdapat indikator pada kepuasan nasabah yang menyebutkan “Saya sangat merekomendasikan *mobile banking* BCA kepada orang lain” mempunyai nilai yang terendah diantara indikator lainnya, hal ini menandakan bahwa pihak bank BCA harus mempertimbangkan factor lain yang akan menjadi pendorong bagi nasabah bank BCA seperti yang terdapat pada indikator dengan nilai tertinggi “Saya puas dengan cara *mobile banking* BCA melakukan transaksi” tentunya indikator tersebut bisa menjadi acuan untuk nasabah bank BCA agar dapat merekomendasikan *mobile banking* BCA kepada orang lain atau masyarakat pada umumnya.

Pihak bank BCA juga perlu melakukan pendekatan secara intens kepada nasabahnya, karena terdapat indikator dalam perilaku loyalitas yang menyebutkan “Saya mendorong teman untuk mengikuti *mobile banking* BCA” merupakan indikator dengan nilai terendah, hal ini tentunya menjadi faktor pendukung untuk pihak bank BCA agar terus menjalin pendekatan dengan nasabah sehingga memungkinkan bagi nasabah tersebut untuk mendorong teman nya menggunakan aplikasi *mobile banking* BCA.

DAFTAR RUJUKAN

- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 49–63. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/2713>
- Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman. *SAGE Open*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/2158244020919517>
- Geebren, A., Jabbar, A., & Luo, M. (2021). Examining the role of consumer satisfaction within mobile eco-systems: Evidence from mobile banking services. *Computers in Human Behavior*, 114(July 2020), 106584. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106584>
- Ghozali. (2016). *Metode Analisis Deskriptif Kualitatif dan Kuantitatif Contoh*.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. (Edisi 4). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Hengky, Iatan. (2015). *Partial Least Squares, Konsep, Teknik, dan Aplikasi SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit UNDIP.
- Hair, J., Risher, J., Sarstedt, M., & Ringle, C. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hidayat, R., Industri, J. T., & Madura, U. T. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(1), 59–72. <https://doi.org/10.9744/jmk.11.1.pp.59-72>
- Lai, S. L., Pham, H. H., Nguyen, H. K. T., Nguyen, T. C., & Le, A. V. (2019). Toward sustainable overseas mobility of Vietnamese students: Understanding determinants of attitudinal and behavioral loyalty in students of higher education. *Sustainability (Switzerland)*, 11(2). <https://doi.org/10.3390/su11020383>
- Lie, D., Sudirman, A., Efendi, E., & Butarbutar, M. (2019). Analysis of mediation effect of consumer satisfaction on the effect of service quality, price and consumer trust on consumer loyalty. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(8), 421–428.
- Meesala, A., & Paul, J. (2018). Service quality, consumer satisfaction and loyalty in hospitals: Thinking for the future. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40(October 2015), 261–269.

<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.10.011>

- Pisheila Pratiwi, D. (2012). *Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan pengalaman terhadap perilaku penggunaan*.
- Saini, S., & Singh, J. (2020). A Link Between Attitudinal and Behavioral Loyalty of Service Customers. *Business Perspectives and Research*, 8(2), 205–215. <https://doi.org/10.1177/2278533719887452>
- Sembiring, I. (2014). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Pelanggan McDondalds MT.Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 15(1), 84504.
- Setiawan, H. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Layanan Mobile Banking. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 20(3), 518–528. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v20i3.269>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung Alf.
- Sunarsih; Harsono, M. (2019). *Model-Model Pendekatan Kualitas Layanan Untuk Memprediksi Kepuasan Pelanggan Bank Syariah*. 01(05), 59–67.
- Tuncer, I., Unusan, C., & Cobanoglu, C. (2021a). Service Quality, Perceived Value and Customer Satisfaction on Behavioral Intention in Restaurants: An Integrated Structural Model. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 22(4), 447–475. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2020.1802390>
- Tuncer, I., Unusan, C., & Cobanoglu, C. (2021b). Service Quality, Perceived Value and Customer Satisfaction on Behavioral Intention in Restaurants: An Integrated Structural Model. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 22(4), 447–475. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2020.1802390>
- Yoshida, M., Gordon, B. S., & James, J. D. (2021). Social capital and consumer happiness: toward an alternative explanation of consumer-brand identification. *Journal of Brand Management*, 28(5), 481–494. <https://doi.org/10.1057/s41262-021-00240-y>
- Zhou, Q., Lim, F. J., Yu, H., Xu, G., Ren, X., Liu, D., Wang, X., Mai, X., & Xu, H. (2021). A study on factors affecting service quality and loyalty intention in mobile banking. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60(December 2020), 102424. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102424>