

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah dianalisis terhadap 155 responden yang memenuhi kriteria penelitian, secara deskriptif maupun statistik dengan bantuan hasil dengan menggunakan program WarpPLS 8.0 berbasis SEM, maka dapat disimpulkan hasil dari penelitiannya guna untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yaitu :

1. *E-service quality* berpengaruh signifikan positif terhadap *customer satisfaction* pengguna Brimo di Surabaya. Dapat disimpulkan bahwa dengan *e-service quality* pada aplikasi BRimo yang mampu memberikan fasilitas secara efektif dan efisien dalam transaksi keuangan atau pembelian produk atau jasa lainnya memiliki dapat mempengaruhi *customer satisfaction* pengguna aplikasi Brimo di Surabaya.
2. *E-service quality* berpengaruh signifikan positif terhadap *customer loyalty* pengguna Brimo di Surabaya. Dapat disimpulkan semakin banyak transaksi yang dapat dilakukan pada aplikasi BRimo dapat memenuhi kebutuhan rutin pengguna Brimo sehingga tidak lepas dari *mobile banking*. Hal ini membuktikan *e-service quality* pada aplikasi Brimo dapat meningkatkan *customer loyalty* nasabah BRI di Surabaya.

3. *Customer satisfaction* berpengaruh signifikan positif terhadap *customer loyalty* pengguna Brimo di Surabaya. Dapat disimpulkan Nasabah yang merasa bahwa *e-service quality* yang diberikan oleh Bank baik dan kemudian merasa bahwa BRimo adalah bentuk layanan yang terpercaya, maka nasabah pengguna BRimo akan tetap menggunakan layanan Bank meskipun ada layanan mobile banking lain yang tersedia, serta dengan senang hati menggunakannya di masa depan dan memberikan rekomendasi kepada orang lain.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan saat ini, bahwa masih terdapat beberapa keterbatasan penelitian diantaranya sebagai berikut :

1. Ruang lingkup penelitian hanya terbatas pada pelanggan yang menggunakan aplikasi BRimo di Surabaya, sehingga hasil penelitian ini mungkin memiliki perbedaan mengenai persepsi atau tingkat interpretasi masing-masing responden di perusahaan lain.
2. Penelitian ini hanya sebatas meneliti pengaruh *e-service quality* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* pada pengguna aplikasi BRimo, sehingga tidak dapat mengkaji secara mendalam faktor-faktor di luar variable - variabel tersebut.
3. Penelitian ini hanya dilakukan pada waktu tertentu, sedangkan lingkungan berubah (dinamis) setiap saat, oleh karena itu penelitian ini penting untuk dikaji ulang di masa mendatang.

4. Penelitian ini hanya menggunakan sampel sebanyak 155 responden.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada 100 responden, maka peneliti memberikan beberapa saran kepada pihak terkait sebagai berikut:

1. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi *e-service quality* mempengaruhi *customer satisfaction* pada aplikasi BRimo, maka perusahaan disarankan untuk menjaga kualitas layanan yang dimiliki BRimo, selain itu BRimo diharapkan dapat mendengar keluhan pengguna agar senantiasa selalu memuaskan konsumen pengguna Brimo.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan dimensi *e-service quality* berpengaruh secara langsung terhadap *customer loyalty* pada aplikasi BRimo, maka perusahaan disarankan meningkatkan program yang dapat meningkatkan loyalitas dan meningkatkan penggunaan aplikasi BRimo seperti melakukan discount merchant serta meningkatkan fitur poin dan memberikan reward kepada penggunanya, mengingat persaingan perbankan digital sedang sengit saat ini.
3. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan dimensi *customer satisfaction* memiliki pengaruh terhadap *customer loyalty* pada aplikasi BRimo, maka dari itu perusahaan disarankan untuk mempertahankan layanan-layanan yang dimiliki, namun perusahaan juga perlu memperhatikan kebutuhan ataupun keinginan penggunanya sehingga dapat memberikan layanan yang sesuai atau ideal dengan apa yang dibutuhkan oleh pengguna aplikasi BRimo. Dengan demikian konsumen akan terpuaskan oleh pelayanan yang diberikan sehingga

nantinya akan membentuk loyalitas konsumen dan merekomendasikan aplikasi BRimo kepada kerabat atau orang terdekat.



DAFTAR PUSTAKA

- Al-Zu'bi, K., & Al-Gasawneh, J. A. (2022). An integrated model of mobile banking service quality and customers' satisfaction: Evidence from Jordanian mobile banking users. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1609–1618. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.4.017>
- Aldy, A., Miandi, R., Hidayati, I. R., Yunita, S. L., & Astuti, E. J. (2022). *PENGUKURAN KINERJA IFRS KARSA BATU PADA PERSPEKTIF PELANGGAN “ Pengukuran Kinerja IFRS Pada Perspektif Pelanggan Dari Pendekatan Balanced Scorecard*. 5(1), 33–44.
- Ani Petrosyan. (2023). *Countries with the largest digital populations in the world as of January 2023*. Statistka.Com. <https://www.statista.com/statistics/262966/number-of-internet-users-in-selected-countries/>
- Annur, C. M. (2022). *Aplikasi Mobile Banking Terpopuler di Indonesia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/22/aplikasi-mobile-banking-terpopuler-di-indonesia-siapa-juaranya>
- Astuti, Y. W., Agriyanto, R., & Turmudzi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(3), 134–158. <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i3.134-158>
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Guepedia.com.
- Dwita, V., & Mourbas, I. N. (2022). E-loyalty of Gen Z in Using Mobile Banking in Indonesia. *Eighth Padang International Conference ...*, 659, 247–252. <https://www.atlantis-press.com/proceedings/piceeba-8-21/125976312%0Ahttps://www.atlantis-press.com/article/125976312.pdf>
- Enrique de Argaez, MBA, P. (2023). *INTERNET USAGE AND WORLD POPULATION STATISTICS*. <https://www.internetworldstats.com/asia.htm#id>

- Ghozali, I. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (Edisi 2). Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Goestjahjanti, F. S., Sadewa, T., Novitasari, D., Fahlevi, M., & Purwanto, A. (2021). The Role Of Service Quality And Customer Satisfaction On Customer Loyalty Of Mobile Banking Product : An Empirical Study Of Banks In Jakarta. *Natural Volatiles and Essential Oils*, 26(T), 33–48.
- Ha, Q. A., Chen, J. V., & Thu Nguyen, T. H. (2021). Continuance use of enterprise social network sites as knowledge sharing platform: Perspectives of task-technology fit and expectation disconfirmation theory. *International Journal of Knowledge Management Studies*, 12(4), 429–451. <https://doi.org/10.1504/IJKMS.2021.118349>
- Haetami, A., & Widodo, T. (2021). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction , Dan Customer Loyalty Pada Aplikasi Bni Mobile Banking The Effect Of E-Service Quality On Customer Satisfaction , And Customer Loyalty In Applications. *E-Proceeding of Management*, 8(6), 7825–7833.
- Hair, J F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2023). Review of Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook. In *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal* (Vol. 30, Issue 1). <https://doi.org/10.1080/10705511.2022.2108813>
- Hair, Joe F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hair, Joe F, Page, M., & Brunsveld, N. (2020). *Essentials of Business Research Methods Fourth Edition*. In *Routledge Taylor & Francis Group*. Routledge.
- Heidy, B., Kurniawati, Anniza Bellarisi Cantika, Faadiyah Nisa, & Miranti Anggorodhiyu Lokantari. (2022). Service Quality, Satisfaction, and Loyalty of BNI Mobile Banking E-Customer. *Business and Entrepreneurial Review*, 22(1), 97–118. <https://doi.org/10.25105/ber.v22i1.13696>

- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method)* (S. Rahayu (ed.); 1st ed.). Hidayatul Quran Kuningan.
- Khumaini, S., Fahrudin, F., & Samsuri, S. (2022). Pengaruh Fasilitas Layanan Internet Banking Dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 3(2), 143. <https://doi.org/10.31000/almaal.v3i2.5403>
- Marliyah, M., Ridwan, M., & Sari, A. K. (2021). The Effect of E-Service Quality on Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty of Mobile Banking Users (Case Study of Bank Syariah Mandiri KCP Belawan). *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(2), 2717–2729. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i2.1980>
- Muhamad Fian, A., Suryoko, S., Reni Shinta, D., & Widiartanto. (2022). DIGITALIZATION OF BANKING SERVICES: THE EFFECT OF TRUST AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY OF BANK CUSTOMERS IN USING MOBILE BANKING. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(8.5.2017), 2003–2005.
- Naruetharadhol, P., Ketkaew, C., Hongkanchanapong, N., Thaniswannasri, P., Uengkusolmongkol, T., Prasomthong, S., & Gebsoambut, N. (2021). Factors Affecting Sustainable Intention to Use Mobile Banking Services. *SAGE Open*, 11(3). <https://doi.org/10.1177/21582440211029925>
- Novitasari, C. A., Manggabarani, A. S., & Astuti, M. (2021). Analisis Kepuasan Nasabah Mobile Banking Pada Bank BCA. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen*, 19(2), 1–12. <https://doi.org/10.52330/jtm.v19i2.26>
- Rehman, M., Mahmood, A., Danish, R. Q., & Shahid, M. K. (2021). Examining Impact of Time Pressure and Hedonic Consumption on Impulse Buying Behaviour: Expectation Disconfirmation Theory Perspective. *Journal of ISOSS*, 7(2), 163–175.
- Sadya, S. (2023). *Pengguna Internet Indonesia 2022-2023*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-21563-juta-pada-20222023>
- Salmah, S., & Murti, A. (2020). Dampak Digitalisasi Terhadap Peran Front Office

Dalam Bisnis Perbankan. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 6(2), 145–156. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v6i2.2055>

Santosa, C. R., & Jatra, I. M. (2022). The Effect of Customer Experience, Online Review and Perceived Risk on the Decision Process Using Mobile Banking Applications. *European Journal of Business and Management Research*, 7(3), 67–71. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.3.1414>

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business*. John Wiley and Sons.

Sharma, S. K., & Sharma, M. (2019). Examining the role of trust and quality dimensions in the actual usage of mobile banking services: An empirical investigation. *International Journal of Information Management*, 44(September 2018), 65–75. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.09.013>

Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis* (C. Mitak (ed.); 2nd ed.). Penerbit Andi: Yogyakarta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta: Bandung.

Tumewah, E., Juniarta, & Kurniawan, Y. (2020). The Effect of M-Banking Service Quality and Customer Perceived Value to Satisfaction and Loyalty of Bank XYZ Customers. *International Journal of Management and Humanities*, 4(6), 132–138. <https://doi.org/10.35940/ijmh.f0634.024620>

Yusanto, D. O., Martadinata, B., & Alkahfi, B. D. (2023). *BRI mo menurut sudut pandang konsumen*. [Mediakonsumen.Com](https://mediakonsumen.com). <https://mediakonsumen.com/2023/04/02/surat-pembaca/kartu-kredit-bri-regular-tidak-bisa-tersambung-ke-aplikasi-brimo>