

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Melalui hasil analisis yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun *statistic* dengan *Maximum Likelihood* melalui program AMOS 20.0, maka dapat disimpulkan :

1. Kualitas layanan nasabah secara *online* memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berarti jika kualitas layanan nasabah secara *online* naik atau ditingkatkan maka kepuasan nasabah akan turun.
2. Sistem informasi secara *online* memiliki pengaruh positif yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dalam hal ini berarti jika sistem informasi secara *online* ditingkatkan tidak selalu mempengaruhi nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang telah diberikan Bank BNI. Untuk dapat meningkatkan kepuasan Bank BNI dapat memperbaiki beberapa hal dalam sistem informasi secara *online* untuk dapat memberikan pelayanan yang maksimal dan menciptakan rasa puas bagi nasabah.
3. Kualitas layanan produk secara *online* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat diartikan jika

layanan produk secara *online* yang diberikan oleh Bank BNI ditingkatkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah Bank BNI.

4. Kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif yang tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dalam hal ini dapat diartikan jika nasabah puas terhadap pelayanan *internet banking* yang diberikan belum tentu membuat nasabah menjadi loyal terhadap Bank BNI. Untuk menciptakan loyalitas nasabah maka Bank BNI dapat memperbaiki beberapa hal yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan *internet banking* sehingga diharapkan mampu tercipta kepuasan nasabah yang akan berdampak terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking*

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Adapun keterbatasan tersebut antara lain adalah sebagai berikut :

1. Wilayah penelitian dibatasi jangkauannya hanya sebatas area Surabaya.
2. Sulit untuk menemukan nasabah pengguna *internet banking*, sehingga data kurang sempurna dan tidak sesuai dengan harapan peneliti.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang dilakukan, maka peneliti dapat memberikan saran – saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi pihak – pihak

yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun saran – sarannya adalah sebagai berikut :

1. Bagi Bank BNI

Bagi Bank BNI di Surabaya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk meningkatkan pelayanan Bank BNI di Surabaya. Untuk meningkatkan rasa puas yang dirasakan nasabah yang akan berdampak pada loyalitas melalui peningkatan pelayanan pada *internet banking*.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Penulis menyarankan pada peneliti lain yang melakukan penelitian dengan judul yang sama, untuk menambah variabel lain pada penelitiannya, misalnya kualitas internet di Indonesia terhadap layanan *internet banking*. Karena pada umumnya, penunjang berhasilnya transaksi *internet banking* juga berpengaruh pada layanan internet yang digunakan nasabah perbankan.
- b. Penelitian mendatang disarankan untuk tidak hanya meneliti nasabah pada satu (1) Bank saja, melainkan pada beberapa bank yang memiliki kapasitas yang sama dalam memberikan layanan pada nasabahnya melalui *internet banking*
- c. Memperluas wilayah penelitian sehingga bisa memperoleh gambaran penelitian yang lebih luas.

DAFTAR RUJUKAN

- Andrew Musiime and Malinga Ramadhan (2011) “*Internet banking, consumer adoption and customer satisfaction*”. *African Journal of Marketing Management Vol. 3(10)*, pp. 261-269, October 2011
- Bilal afsar, Zia Ur Rehman, Jaweria Andleeb Qureshi, Asad Shahjenah (2010). “Determinants of Customer Loyalty in The Banking Sector”, *Journal of Business Management* . Vol 4 (6) .Pp 1040-1047, June 2010
- Budi Sutedja Dharma Oetama, Eddy Hartono, Esther Wibowo dan Samuel Prakoso. 2007. *Pengantar Teknologi Informasi Internet*. Andi, Yogyakarta
- David Whiteley, *e-Commerce : Strategy, Technologies, and Applications (London : MC Graw-Hill, 2000)*, hal 229
- Ebert, Ronald, dan Griffin, Ricky. 2007. *Bisnis*. Erlangga, Jakarta
- Fandy Tjiptono .et al.2008. *Strategi Pemasaran*.Yogyakarta .C.V Andi Ofset
- Fandy, Tjiptono., et al. 2008. *Pemasaran Strategik*. ANDI Yogyakarta
- Irma Nilasari. 2006. *Pengantar Bisnis*. Graha Ilmu, Yogyakarta
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. PT. Index Jakarta
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. “*Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*”.Jakarta: PT Erlangga
- Mary J. Cronin, *Banking and Finance on the Internet (Canada : John Wiley & Sons, 1998)*, hal 7
- Michel Rod, NicholasJ. Ashill, Jinyi Shao and Janet Carruthers (2009) “*Anexamination of the relationship between service quality dimensions, overall internet banking service quality and customer satisfaction*”. *Marketing & Planning Vol. 27 No. 1, 2009*
- Ririn,Tri, Ratnasari dan Mastuti, H. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. GHALIA INDONESIA, Anggota IKAPI
- Sugiyono.2012, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.Bandung : CV.Alfabeta
- Thomas P. Vartanian, Robert H. Ledig dan Lynn Bruneu, *21st Century Money, Banking and Commerce (Washington : Fried, Frank, Harris, Shriver and Jacobson, 1998)*, hal, 443

Uma Sekaran,. 2006. *Research Methods For Bussiness*. Edisi satu. Jakarta
Salemba Empat

Waheed Akhter, Abdussattarabbasi, Imran ali dan Hasanafzal 2011 “ Faktor
affecting nasabah loyalty in Pakistan.” *Journal of Banking*
5.14(february).Pp.1167-1174

Waluyo, Minto. 2011. “*Panduan dan Aplikasi Structural Equation Modelling*”.
Jakarta : PT. Indeks

www.infolaw.co.uk

www.google.co.id (12:19) 25-09-2012

www.google.co.id (19:52) 27-09-2012

www.infobanknews.com (12:10) 24-09-2012

www.scribd.com (10:34) 25-09-2012

www.scribd.com 17 - 10 - 2012 (14:45)