

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan didapatkan beberapa kesimpulan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Kualitas Layanan Elektronik berpengaruh signifikan positif terhadap Kegunaan yang Dipercaya Nasabah BRImo di *Regional Office* BRI Bandar Lampung
2. Kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap Kegunaan yang Dipercaya Nasabah BRImo di *Regional Office* BRI Bandar Lampung
3. Kualitas Layanan Elektronik berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas Nasabah BRImo di *Regional Office* BRI Bandar Lampung
4. Kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas Nasabah BRImo di *Regional Office* BRI Bandar Lampung
5. Kegunaan yang Dipercaya berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas Nasabah BRImo di *Regional Office* BRI Bandar Lampung
6. Kualitas Layanan Elektronik berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas melalui Kegunaan yang Dipercaya sebagai pemediasi pada Nasabah BRImo di *Regional Office* BRI Bandar Lampung
7. Kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas melalui Kegunaan yang Dipercaya sebagai pemediasi pada Nasabah BRImo di *Regional Office* BRI Bandar Lampung.

5.2. **Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan penelitian adalah kendala atau hambatan yang dapat memengaruhi proses dan hasil penelitian. Berikut beberapa keterbatasan dalam pelaksanaan penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini tidak menganalisis karakteristik responden dalam penggunaan aplikasi BriMo selama kurun waktu terdekat misalnya 1-2 bulan.
2. Penelitian ini berfokus pada 14 Kantor Cabang BRI dibawah supervisi *Regional Office* BRI Bandar Lampung sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisir pada Kantor Cabang BRI dibawah supervisi *Regional Office* Provinsi lain.

5.3. **Saran**

Berikut beberapa saran-saran yang diberikan oleh peneliti dari hasil penelitian ini, antara lain:

1. Berdasarkan nilai karakteristik variabel penelitian dapat diketahui indikator variabel Kualitas Layanan Elektronik yang memiliki nilai terendah adalah pada indikator “BRIMO dapat memberikan pelayanan secara akurat”. Maka disarankan pada Kantor cabang binaan *Regional Office* BRI Bandar Lampung untuk meningkatkan Kualitas Layanan Elektronik melalui evaluasi dan kalibrasi akan data-data nasabah dalam aplikasi BRIMO.

2. Berdasarkan nilai karakteristik variabel penelitian dapat diketahui indikator variabel Kepercayaan yang memiliki nilai terendah adalah pada indikator “BRIMO mampu memenuhi kebutuhan dalam melakukan transaksi online”. Disarankan pada Kantor cabang binaan *Regional Office* BRI Bandar Lampung untuk meningkatkan jenis pelayanan Kepercayaan melalui penambahan fitur yang dapat membantu pemenuhan kebutuhan masyarakat dalam transaksi online.
3. Berdasarkan nilai karakteristik variabel penelitian dapat diketahui indikator variabel Kegunaan yang Dipercaya yang memiliki nilai terendah adalah pada indikator “Saya merasa menggunakan aplikasi BRIMO membuat transaksi pembayaran lebih cepat terselesaikan”. Disarankan pada Kantor cabang binaan *Regional Office* BRI Bandar Lampung untuk meningkatkan Kegunaan yang Dipercaya dengan mempercepat kecepatan transaksi melalui aplikasi BRIMO sehingga memudahkan proses transaksi nasabah.
4. Berdasarkan nilai karakteristik variabel penelitian dapat diketahui indikator variabel Loyalitas yang memiliki nilai terendah adalah pada indikator “Tingkat kesediaan mengunjungi aplikasi BRIMO”. Disarankan pada Kantor cabang binaan *Regional Office* BRI Bandar Lampung untuk meningkatkan Loyalitas dengan memberikan promo diskon dalam penggunaan aplikasi BRIMO sehingga dapat meningkatkan kesediaan mengunjungi aplikasi BRIMO.

5. Disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk dapat menambah variabel lain yang berpengaruh terhadap Kegunaan yang Dipercaya dan Loyalitas Nasabah seperti variabel Promosi serta memperbesar populasi penelitian pada Kantor cabang binaan *Regional Office* BRI wilayah kota lain yang bertujuan untuk menyempurnakan hasil penelitian ini.
6. Penelitian ini hanya berfokus pada 14 Kantor Cabang BRI dibawah supervisi *Regional Office* BRI Bandar Lampung dikarenakan pada adanya permasalahan loyalitas nasabah Kantor Cabang BRI dibawah supervisi *Regional Office* BRI Bandar Lampung dalam penggunaan Aplikasi BRI Mobile sehingga disarankan kepada penelitian selanjutnya untuk dapat memperbesar lingkup objek penelitian yang diteliti.

DAFTAR RUJUKAN

- Analita, N. S., & Wijaksana, T. I. (2020). Analisis Perbandingan Kualitas Layanan Elektronik Dan Kepercayaan Aplikasi Linkaja Dengan Aplikasi Dana. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, Vol 14, No 1.
- Anam, K. (2023). *Ramai Transaksi Mobile Banking, Bank Mana yang Tumbuh Tinggi?*
- Anggalia Wibasuri, A., Satria Bangsawan, S., Mahrinasari MS, M., & Ribhan, R. (2018). Determinants of Attitude Tourist in E-Tourism Usage. *International Journal of Enginering and Technology*, 7 (4). Pp. 6044-6050. ISSN 2227-524X.
- Aprillia, B. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik, E-Satisfaction, Dan Kepercayaan Terhadap E-Loyalitas Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Islam Di Sukoharjo). *Skripsi Thesis, UIN Raden Mas Said*.
- Ardila, T., & Rahmidani, R. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Dan Satisfaction Terhadap Customer Loyalitas Pada Marketplace Bukalapak Di Kota Padang. *Jurnal Salingka Nagari*, Vol. 02, No. 1, 205–218.
- B., D , Ginting, R. M. M. (2017). “*Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi Dan Kegunaan yang Dipercaya Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Care Dalam Upaya Peningkatan Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pt. Malacca Trust Wuwungan Insurance, Tbk.)*.”
- Bagong, S., & Sutinah. (2006). Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan. *Jakarta: Prenada Media Group*. Hal 173.
- Budiman, A., Yulianto, E., & Saifi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Terhadap E-Satisfaction Dan E- Loyalitas Nasabah Pengguna Mandiri Online. *Jurnal Profit*.
- Chase, R. B., Jacobs, F. R., & Aquilano J., N. (2013). *Operations Management For competitive advantage* (9th ed.). *McGraw-Hill*.
- Cronbach. (1971). *Test Validation*. American Council on Education.
- Daud, A., & Farida, N. (2018). Impact of customer trust toward Loyalitas: the mediating role of Kegunaan yang Dipercaya and satisfaction. *Journal of Business and Retail Management Resarch (JBRMR)*.
- Dewi, F. S. (2020). *Pengaruh Perceived Security dan Kegunaan yang Dipercaya terhadap Customer Loyalitas dengan Customer Satisfaction sebagai Intervening: Studi Kasus E-Wallet*.

- Faizah, N., & Sanaji, S. (2022). Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Kegunaan yang Dipercaya Terhadap Loyalitas Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening Terhadap Penggunaan Aplikasi Warung Pintar. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 10 Nomor 3*.
- Febriani, N. M. A., & Ardani, I. G. A. K. S. (2021). The Influence of Customer Experience, Ease of Use, and Trust on Repurchase Intention (Case Study of Tokopedia Consumers in Denpasar). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5(2), 378–383.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* (2nd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2005). Customer Loyalitas. *Edisi Revisi, Jakarta : Erlangga*.
- Hakam, A. et al. (2022). The Effect of Kualitas Layanan Elektronik and Kepercayaan on Consumer Loyalitas through Consumer Satisfaction as Intervening Variables (Case Study on Shopee Users in Malang Regency). 12678–87.
- Hanifati, U. M., & Samiono., B. E. (2018). Analisis Pengaruh Website Quality dan Ewom Terhadap Purchase Decision melalui Online Trust pada Situs Tiket Travel dan Reservasi Hotel Online di Indonesia (Studi Kasus pada Traveloka.Com, Tiket.Com dan Pegipegi.Com). *Jurnal Transformasi*.
- Hidayah, F. E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Terhadap E-Loyalitas Melalui E-Satisfaction Pada Pengguna E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*.
- Irfansyah, S. R. (2021). *Pengaruh Kegunaan yang Dipercaya terhadap Mobile Users' Satisfaction dan Loyalitas pada Aplikasi Go-Jek*.
- Juhria, A., Meinitasari, N., Fauzi, F. I., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik terhadap kepuasan pelanggan di aplikasi e-commerce shopee. *Jurnal Manajemen - Vol. 13 (1)*, 55–62.
- Kartono, R. A., & Halilah, I. (2019). *Pengaruh Kepercayaan Terhadap E-Loyalitas (Studi Pada Seller Di Bukalapak)*.
- Kasih, O. L., Avriyanti, S., & Rahman, T. (2019). *Pengaruh Kepercayaan Terhadap E-Customer Loyalitas Pengguna Website Traveloka di Kabupaten Tabalong*. 2(1), 194–206.

- Kavitha, J., & Gopinath, R. (2020). A Study on Perception of Internet Banking Users Service Quality - a Structural Equation Modeling Perspective. *Int J Manag (IJM)*.
- Kuangan, O. J. (2020). *Perbankan Mudah dan Aman dengan Internet Banking*.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2003). Antecedents of Consumer Trust in B-To-C Electronic Commerce. *9th Americas Conference on Information Systems, AMCIS 2003*.
- Kusumawati, I., Hartono, S., & Kustiyah, E. (2020). Kemudahan, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Dompot Digital OVO di Surakarta. *11(1)*, 19–29.
- Laurent, F. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan. *AGORA*, 4, (2), 95–100.
- Liani, A. M., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Kepercayaan Terhadap E-Loyalitas Dimediasi Oleh E-Satisfaction Pada Pengguna Dompot Digital Gopay. *Jurnal Of Management*.
- Magdalena, A., & Jaolis, F. (2018). Analisis Antara Kualitas Layanan Elektronik, E-Satisfaction, dan ELoyalitas Dalam Konteks ECommerce Blibli. *Program Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra*.
- Martinez, P., & Bosque, I. R. (2013). CSR and Customer Loyalitas: The Roles of Trust, Customer Identification with the Company and Satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*.
- Martono, N. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif. *Jakarta. Rajawali Pers*.
- Maulana, R., Iskandar, & Mailany, M. (2018). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*.
- McNeish. (2018). Koefisien Alpha. *Psikol*, 23(3), 412–433. <https://doi.org/10.1037/met0000144>
- Muchlis, I., & Hakim, L. (2015). Pengaruh Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di PT. Batik Danar Hadi Surakarta. *Ekonomi Dan Bisnis*.
- Nawangasari, S., & Putri, N. D. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Bni Mobile Banking Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Pengguna Bni Mobile Banking Di Kota Depok). *Jurnal Ilmiah Matrik*.
- Noor, J. (2014). *Metodologi Penelitian*. Kencana Prenada Media Group.

- Nurkhomaria, D., Chamidah, S., & Wahyuningsih, D. W. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan Elektronik, Dan E-Satisfaction Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Shopee: Studi Kasus Pada Pengguna Shopee Di Ponorogo. *Bussman Journal Indonesian Journal of Business and Management*, 2(3), 620–632. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.53363/buss.v2i3.85>
- Priskila, T. (2018). Pengaruh kepercayaan dan risiko terpersepsi terhadap keputusan pembelian daring dengan harga terpersepsi sebagai variabel permoderasi (study kasus pada shopee indonesia). *Bussiness Management Journal*, 14, 75–153.
- Puriwat, W., & Tripopsakul, S. (2017). The Impact of Kualitas Layanan Elektronik on Customer Satisfaction and Loyalitas in Mobile Banking Usage: Case Study of Thailand. *Polish Journal of Management Studies*.
- Purnami, N. M., & Nurcaya, I. N. (2015). Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan yang Dipercaya Dan E-Satisfaction Terhadap Online Repurchase Intention. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi (Senastek), Denpasar Bali*.
- Putri, S. P., Udayana, I., & Welsa, H. (2023). Analisis Kegunaan yang Dipercaya dan information security terhadap loyalitas melalui trust sebagai variabel mediasi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, Volume 20, 1, 40–47.
- Rianto, M. I., & Hapsari, R. D. V. (2022). Pengaruh Customer Experience, Ease Of Use, Dan Trust Terhadap Loyalitas E-Commerce. *Jurnal manajemen pemasaran dan perilaku konsumen*, Vol. 01, No 2.
- Rosyid, M. I., & Ariyanty, M. (2019). *Pengaruh E-servqual Dan Kepuasan Pengguna Mobile Banking (m-banking) Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Bca Di Bandung*.
- Sanusi, & Anwar. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Sarstedt, M., Hair, J. ., Hult, G. T. ., & Ringle, C. M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE PUBLICATIONS, Inc.
- Sasono, I., & Jubaedi, A. D. (2021). The Impact of Kualitas Layanan Elektronik and Satisfaction on Customer Loyalitas: Empirical Evidence from Internet Banking Users in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*.
- Styarini, F., & Riptiono, S. (2020). Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk dan Kegunaan yang Dipercaya Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Aplikasi Mobile Banking Bank BRI di Kantor Cabang Kebumen).

Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Bisnis & Akutansi.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabeta.
- Sugiyono. (2016b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitaitaf dan Kombinasi (Mixed. Methods)*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta.
- Veryani, F., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 12, No. 2.
- Widodo, S., Istiatin, & Djumali. (2020). Loyalitas Pelanggan Ditinjau Dari Pelayanan, Citra Dan Kepuasan (Studi Pada Klinik Pratama Polres Wonogiri). *Edunomika – Vol. 04, No. 01*.
- Wilson, N., & Keni, K. (2021). The Role of Kegunaan yang Dipercaya and Perceived Ease-of-Use toward Satisfaction and Trust which Influence Computer Consumers' Loyalitas in China. *International Journal of Business*.
- Wiyata, M. T., Putri, E. P., & Gunawan, C. (2020). Pengaruh Customer Experience, Ease of Use, dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen Situs Jual Beli Online Shopee di Kalangan Mahasiswa Kota Sukabumi. *Cakrawala*, 3(1), 11–21.