

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan pembahasan yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama (H1) diterima, yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pengguna aplikasi BRImo. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan, maka semakin meningkat tingkat kepercayaan pengguna terhadap aplikasi BRImo.
2. Hipotesis kedua (H2) diterima, yang menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pengguna aplikasi BRImo. Tingkat keamanan yang memadai mampu meningkatkan keyakinan pengguna dalam menggunakan aplikasi BRImo untuk melakukan transaksi keuangan.
3. Hipotesis ketiga (H3) diterima, yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna aplikasi BRImo. Pengalaman layanan yang baik mendorong pengguna untuk terus menggunakan aplikasi BRImo secara berkelanjutan.
4. Hipotesis keempat (H4) diterima, yang menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna aplikasi BRImo. Rasa aman yang dirasakan pengguna membuat mereka lebih setia dan mengurangi keinginan untuk beralih ke aplikasi perbankan digital lainnya.

5. Hipotesis kelima (H5) diterima, yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna aplikasi BRImo. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna, maka semakin tinggi juga loyalitas terhadap aplikasi BRImo.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain:

1. Nilai koefisien determinasi (*R Square*) yang tergolong lemah, menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, keamanan, dan kepercayaan hanya mampu menjelaskan sebagian kecil variasi loyalitas pengguna aplikasi BRImo. Dengan demikian, masih terdapat faktor lain di luar model penelitian yang berpotensi memengaruhi loyalitas pengguna.
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada pengguna aplikasi BRImo di Kota Surabaya, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan untuk pengguna aplikasi BRImo di wilayah lain.
3. Variabel penelitian terbatas pada kualitas layanan, keamanan, kepercayaan, dan loyalitas, sehingga belum mencakup variabel lain seperti kepuasan pelanggan, persepsi risiko, kemudahan penggunaan, maupun citra merek yang berpotensi memengaruhi loyalitas pengguna.
4. Keterbatasan penelitian ini juga terdapat pada aspek perancangan dan jangkauan responden. Responden dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan pengakuan sebagai pengguna aplikasi BRImo, sehingga terdapat kemungkinan bahwa sebagian responden tidak menggunakan aplikasi tersebut secara aktif. Selain itu, terdapat kemungkinan responden

hanya memiliki akses terhadap layanan perbankan digital tanpa benar-benar menggunakan aplikasi BRImo dalam aktivitas perbankan sehari-hari. Kondisi ini dapat memengaruhi tingkat keakuratan hasil penelitian dalam menggambarkan loyalitas pengguna aplikasi BRImo

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis deskriptif, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

a. Bagi Bank BRI

Bank BRI disarankan untuk memprioritaskan upaya perbaikan dan pengembangan pada indikator-indikator yang memiliki nilai rata-rata (*mean*) terendah pada masing-masing variabel penelitian, untuk meningkatkan kualitas layanan, keamanan, kepercayaan, serta loyalitas pengguna aplikasi BRImo.

1. Pada variabel kualitas layanan, Bank BRI perlu meningkatkan aspek layanan yang berkaitan dengan kemudahan penggunaan aplikasi dan keandalan sistem, seperti kecepatan akses dan minimnya gangguan teknis, agar pengalaman pengguna menjadi lebih optimal.
2. Pada variabel keamanan, Bank BRI disarankan untuk terus memperkuat perlindungan data dan sistem keamanan transaksi, khususnya pada indikator yang menunjukkan persepsi keamanan paling rendah, sehingga pengguna merasa lebih aman dalam menggunakan aplikasi BRImo.
3. Pada variabel kepercayaan, Bank BRI perlu meningkatkan transparansi informasi serta konsistensi layanan, terutama pada indikator yang memiliki nilai mean terendah, agar keyakinan pengguna terhadap aplikasi BRImo

semakin meningkat.

4. Pada variabel loyalitas, Bank BRI disarankan untuk memperkuat strategi retensi pengguna, seperti peningkatan kualitas fitur dan layanan pendukung, khususnya pada indikator yang menunjukkan tingkat loyalitas paling rendah, sehingga pengguna terdorong untuk terus menggunakan aplikasi BRImo dalam jangka panjang.

B. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain di luar model penelitian ini, mengingat nilai koefisien determinasi (*R Square*) tergolong lemah. Selain itu, penelitian berikutnya juga diharapkan dapat memperluas objek dan wilayah penelitian agar hasil yang diperoleh lebih komprehensif dan dapat digeneralisasikan.

DAFTAR RUJUKAN

- Apau, R., & Lallie, H. S. (2020). Measuring User Perceived Security of Mobile Banking Applications. *Journal of Information Systems Education and Training*, 1–36.
- 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)*, 134–158. <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i3.134-158>
- Azra, M. N., Suhud, U., & Berutu, M. B. (2022). Pembentukan customer satisfaction dan customer loyalty pada layanan mobile banking. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1). <https://doi.org/10.62710/pxdnwv59>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian untuk Manajemen: Pedoman Penelitian Skripsi, Tesis, dan Disertasi* (5th ed.).
- Fitriati, A. T. (2024). Mobile banking acceptance model for Generation Z: The role of trust, self-efficacy, and enjoyment. *Journal of Accounting and Investment*. <https://doi.org/10.18196/jai.v25i3.21639>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 2–24.
- Kurniadi, H. (2023). The power of trust: How does consumer trust impact satisfaction and loyalty in Indonesian digital business? *Innovative Marketing*, 238–249.
- Novitasari, M. (2024). Service quality and customer loyalty: The role of satisfaction and trust in Indonesian sharia bank. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 99–

- Nurhani, & Harsono. (2024). The Influence of E-service Quality and E-trust on BSI Mobile User Loyalty with Customer Satisfaction as a Mediator. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 1–15.
- Pasardana.id. (2025). *BRImo Capai 42,7 Juta Pengguna*.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suhartanto, D. S. (2021). Millennial loyalty towards Artificial Intelligence-enabled Mobile Banking: Evidence from Indonesian Islamic banks. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2020-0380>
- Susanti, & Parera. (2021). Customer Loyalty based on Mobile Banking Usability. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business*. <https://doi.org/10.52238/ideb.v2i1.37>
- Wahyuni, M. S. (2023). Customer perceptions of digital banking service quality amid technological transformation. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*. <https://doi.org/10.36085/jamekis.v8i2.8463>
- Wijaya, E. (2025). Customer satisfaction and customer loyalty: Role of e-service quality and trust. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 26–34.
- Zhang, W. (2023). Data Security, Customer Trust and Intention for Adoption of Fintech Services: An Empirical Analysis From Commercial Bank Users in Pakistan. *SAGE Open*, 1–17.