

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh edukasi nasabah dan aktivitas perlindungan keamanan terhadap reputasi bank serta dampaknya terhadap kepercayaan nasabah bank di Kota Surabaya dengan menggunakan metode SEM-PLS, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Edukasi nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi bank.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman nasabah terhadap produk perbankan digital, risiko keamanan, serta hak dan kewajiban dalam menggunakan layanan perbankan, maka semakin baik pula persepsi nasabah terhadap reputasi bank. Edukasi yang diberikan bank mampu meningkatkan pemahaman nasabah sehingga membentuk citra positif terhadap lembaga perbankan.

2. Aktivitas perlindungan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi bank.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa penerapan sistem keamanan yang baik, perlindungan data pribadi nasabah, ketersediaan layanan pengaduan, serta kepatuhan terhadap regulasi keamanan digital mampu meningkatkan persepsi reputasi bank di mata nasabah. Semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan nasabah, maka semakin baik pula reputasi bank yang terbentuk.

3. Reputasi bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi bank menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan nasabah terhadap layanan perbankan digital. Bank yang memiliki citra positif, kredibilitas tinggi, serta mampu menjaga keamanan dan kepentingan nasabah akan lebih mudah memperoleh kepercayaan dari masyarakat.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi bank berperan sebagai faktor penting yang menghubungkan edukasi nasabah dan aktivitas perlindungan keamanan dengan tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank. Oleh karena itu, peningkatan program edukasi nasabah serta penguatan sistem keamanan digital menjadi strategi yang penting bagi lembaga perbankan dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan publik..

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasil penelitian, antara lain:

1. Pendekatan penelitian menggunakan metode survei dengan kuesioner tertutup, sehingga data yang diperoleh sepenuhnya didasarkan pada persepsi subjektif responden. Kondisi ini memungkinkan adanya perbedaan antara persepsi responden dengan kondisi nyata yang terjadi pada layanan perbankan digital.
2. Objek penelitian terbatas pada nasabah bank di Kota Surabaya, sehingga hasil penelitian ini belum dapat digeneralisasikan secara luas pada wilayah lain atau pada karakteristik nasabah yang berbeda.

3. Variabel penelitian masih terbatas pada edukasi nasabah, aktivitas perlindungan keamanan, reputasi bank, dan kepercayaan nasabah. Penelitian ini belum memasukkan variabel lain yang juga berpotensi memengaruhi kepercayaan nasabah, seperti kualitas layanan digital, kepuasan nasabah, persepsi risiko, maupun pengalaman penggunaan layanan perbankan.
4. Pendekatan penelitian bersifat kuantitatif, sehingga belum mampu menggali secara lebih mendalam pengalaman dan alasan subjektif nasabah dalam menilai reputasi dan kepercayaan terhadap layanan perbankan digital.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang telah diuraikan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

5.3.1 Saran Praktis

Bank disarankan untuk lebih memprioritaskan penguatan sistem keamanan layanan perbankan digital, khususnya dalam hal perlindungan data pribadi, pencegahan kejahatan siber, serta kecepatan dan ketepatan penanganan apabila terjadi gangguan atau risiko keamanan. Selain itu, edukasi nasabah perlu disampaikan secara proporsional dan disertai dengan peningkatan kualitas layanan yang konsisten, sehingga tidak menimbulkan kesenjangan antara informasi yang diberikan dengan pengalaman aktual yang dirasakan nasabah. Bank juga disarankan untuk menjaga dan meningkatkan reputasi melalui konsistensi layanan, transparansi informasi, serta responsivitas terhadap keluhan nasabah, karena reputasi yang baik terbukti berperan penting dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan nasabah terhadap layanan perbankan digital.

5.3.2 Saran Akademis

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian dengan melibatkan wilayah atau jenis bank yang berbeda agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan secara lebih luas. Selain itu, penelitian berikutnya dapat menambahkan variabel lain yang relevan, seperti kualitas layanan digital, kepuasan nasabah, atau persepsi risiko, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan nasabah. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan pendekatan kualitatif atau metode campuran (mixed methods) untuk menggali lebih dalam pengalaman dan persepsi nasabah terhadap layanan perbankan digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Almaiah, M. A., Al-Khasawneh, A., & Althunibat, A. (2023). *The influence of perceived risk and security on users' trust in mobile banking services. Journal of Information Security and Applications*, 75, 103561.
- Cardoso, S., & Cardoso, J. (2024). *Bank reputation and trust: Impact on client satisfaction and loyalty for Portuguese clients. International Journal of Bank Marketing*, 42(2), 215–232.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Iriawan, A., & Oktaviana, D. (2025). *The Influence of Customer Perceptions, Service Features, and Security on Mobile Banking Customer Satisfaction at Indonesian Sharia Banks. Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 7(1), 45–57.
- Kovács, L., & Terták, E. (2024). *Thematic review of financial education and financial literacy in the digital age. European Journal of Finance and Banking Research*, 18(1), 33–52.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2024). *Statistik Perbankan Indonesia Tahun 2024*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Pejić Bach, M., Pivar, J., & Dumičić, K. (2020). *The relationship between bank reputation, trust, and customer loyalty in digital banking. Journal of Financial Services Marketing*, 25(4), 153–166.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). Chichester: Wiley.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tarigan, H., & Hartono, B. (2019). *Perlindungan Konsumen dalam Layanan Digital Banking Berdasarkan POJK No.12/POJK.03/2018. Jurnal Hukum dan Bisnis*, 5(2), 87–101.

Umar, H. (2019). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

van der Crujisen, C., de Haan, J., & Roerink, R. (2021). *Financial knowledge and trust in financial institutions*. *Journal of Consumer Affairs*, 55(3), 927–953. <https://doi.org/10.1111/joca.12351>

Wang, Y., Lo, H. P., & Hui, Y. V. (2003). *The antecedents of service quality and product quality and their influences on bank reputation: Evidence from the banking industry in China*. *Managing Service Quality*, 13(1), 72–83.