

## BAB V

### PENUTUP

#### 1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Kepercayaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* Bank Mandiri di Surabaya. Hal ini disebabkan bahwa nasabah sering mengalami gangguan *trouble* pada jaringan internet dan banyaknya tindak kejahatan yang dilakukan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab pada keamanan data nasabah.
2. Kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* Bank Mandiri di Surabaya. Semakin puas nasabah menggunakan transaksi *internet banking* maka semakin tinggi loyalitas nasabah terhadap internet banking Bank Mandiri di Surabaya.
3. Reputasi berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* Bank Mandiri di Surabaya. Semakin baik reputasi yang dimiliki oleh *internet banking* Bank Mandiri di Surabaya maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah pengguna internet banking Bank Mandiri di Surabaya.
4. Kepercayaan, Kepuasan dan Reputasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* Bank Mandiri di Surabaya.

## 1.2 Keterbatasan penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penelitian kali ini memiliki beberapa keterbatasan. Keterbatasan penelitian ini antara lain :

1. Terdapat kendala yang bersifat situasional yaitu pengisian kuesioner yang dapat mempengaruhi jawaban responden, seperti responden tidak ingin menuliskan data pribadi secara lengkap dan kurang telitinya responden dalam membaca pernyataan di dalam kuesioner.
2. Kesulitan memperoleh nasabah di lokasi bank yang tidak diperkenankan oleh pihak bank dalam penyebaran kuesioner, sehingga perlu penyebaran kuesioner di tempat lain.

## 1.3 Saran

Dengan pertimbangan keterbatasan yang dimiliki maka dapat diajukan beberapa saran bagi penelitian selanjutnya yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pihak lain yang berkepentingan.

1. Bagi Bank Mandiri Surabaya  
Bank Mandiri diharapkan meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap internet banking Bank Mandiri dalam rangka meningkatkan loyalitas atau kesetiaan nasabah terhadap internet banking. Berdasarkan hasil jawaban responden terhadap kuesioner, beberapa nasabah masih belum percaya terhadap transaksi internet banking seperti adanya gangguan saat bertransaksi dan tidak adanya keamanan dalam bertransaksi internet banking.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas area / wilayah survey kuesioner sehingga gambaran responden nasabah Bank Mandiri akan lebih luas. Sebaiknya peneliti selanjutnya menambahkan variabel yang terkait dengan variabel kepercayaan, kepuasan, dan reputasi.



## DAFTAR RUJUKAN

- Akdon dan Ahlan Hadi. 2005. *Aplikasi statistika dan metode penelitian untuk administrasi dan manajemen*. Bandung: Dewa Rudi
- Ba, S. Dan Pavlou, P.A. 2002. "Evidence of the effect of trust building technology in electronic markets : price premium and buyes behaviour". *MIS Quarterly*. Vol.26. No.3. Pp 243-268
- Ball, D L, et.al. 2006. The Role of Mathematics Instruction in Building a Socially Just and Diverse Democracy. *The Mathematic Educators*. Vol.15No.1.Pp.2-6
- Bareerah Khan, Muhammad Rizwan. 2014."Factors contributing to customer loyalty in commercial banking". *Journal of market research*. ISSN 2016-3082. Vol 4. No 2. Pp 413-431
- Barnes, James G., 2003. *Secrets of customer relationship management*. Yogyakarta : Andi
- Cameron, Bare 2006. "Catherine Patient Compliance: Recognition of Factors Involved and Sugestions For Promoting compliance With Therapeutic Regimens". *Journal of Advanced nursing*. Vol.24. No. 33. Pp 244-250.
- Fandy TjiptonodanCandraGregorius. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*. EdisiKetiga. Yogyakarta: PenerbitAndi
- Gefen, D., Karahanna. E. and Straub, D.W. 2003. "Trust and TAM in online shopping:An integrated model". *MIS Quarterly*. Vol.27 No.1. Pp 51–90.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty:Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*. Alih bahasa:Swi Kartini Yahya dan kawan-kawan. Jakarta:Erlangga
- Hurriyati Ratih. 2005. *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen*. Bandung:Alfabeta
- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariant dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- J. Supranto, 2006.*Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar*. Jakarta : Rineka Cipta

- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Maharsi, Sri. 2006. "Pembuatan Sistem Informasi dan Akuntansi Terkomputerisasi atas Siklus Pembelian dan Penjualan". *Jurnal Informatika*. Vol. 5. No. 2. Pp 86-94.
- Malhotra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Edisi keempat. Jakarta : Indeks.
- Matzler, K. & Hinterhuber, H. H. 2008. How to Make Product Development Projects more Successful by Integrating Kno's Model of Customer Satisfaction into Quality Function Deployment. *Technovation*. Vol.18. No.3. Pp 2-38.
- Mayer, John D, Peter Salovey & David Caruso. 2008. Human Abilities: Emotional Intelligence, Ner Ability or Eclectic Traits". *Journal of American Psychologist*. Vol 63. No. 6. Pp 503-517.
- McKnight et al., 2002. The impact of initial consumer trust on intention to transact with a website:A trusting building model. *Journal of Strategic Information System*. Vol 11. No. 4. Pp 297-323.
- Mowen, John, C., dan Minor M., 2002. *Perilaku konsumen*. Edisi kelima (terjemahan), Jakarta : Erlangga
- Rangkuti, Freddy. 2009. *The Power of Brand: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Ratminto dan Winarsih Atik Septi. 2005. *Manajemen pelayanan*. Yogyakarta:Penerbit Pustaka Pelajar
- Rizwan Ali, Gao Leifu, Ramiz ur Rahman 2014. "Factors influencing customer loyalty of banking industry:empirical evidence from pakistan." *Journal of market research*. Vol 4. No. 2. Pp 9-22.
- Sugiyono, 2009, *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sunarto. 2006. *Pengantar manajemen pemasaran*. Yogyakarta:Ust Press
- Sunyoto, Danang, 2013. *Perilaku konsumen*.Yogyakarta : CAPS (Center of Academy Publishing Service)
- Suryani. 2005, *komunikasi terapeutik:teori dan praktik*. Jakarta : EGC

Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: GrahaIlmu.

