

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada penelitian ini diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Kepercayaan, kualitas layanan, kepuasan nasabah, reputasi, dan kebiasaan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* bank BCA di Surabaya.
2. Kepercayaan secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap pengguna *internet banking* bank BCA di Surabaya. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* bank BCA di Surabaya tidak dapat dibuktikan.
3. Kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* bank BCA di Surabaya. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* bank BCA di Surabaya dapat dibuktikan.
4. Kepuasan nasabah secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap pengguna *internet banking* bank BCA di Surabaya. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kepuasan nasabah memiliki pengaruh yang signifikan

terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* bank BCA di Surabaya tidak dapat dibuktikan

5. Reputasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengguna *internet banking* bank BCA di Surabaya. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa reputasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* bank BCA di Surabaya dapat dibuktikan.
6. Kebiasaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengguna *internet banking* bank BCA di Surabaya. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kebiasaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* bank BCA di Surabaya dapat dibuktikan.

### **5.2. Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah kendala dalam penyebaran kuisioner. Dalam penyebaran kuisioner ada beberapa kendala yang dialami peneliti yaitu :

1. Dikarenakan dalam penyebarannya peneliti hanya dapat menyebar di beberapa titik saja. Sehingga penyebarannya tidak merata di seluruh Surabaya.
2. Peneliti membutuhkan waktu hingga berminggu-minggu agar dapat memenuhi jumlah responden yang sudah di tetapkan. Jumlah responden dalam peneliti ini yaitu sebanyak 74 responden.
3. Terdapat beberapa responden yang masih ragu terhadap penelitian ini. Sehingga terdapat beberapa responden yang tidak ingin mengisi identitas mereka dengan lengkap.

### **5.3. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disarankan beberapa hal antara lain :

1. Bagi Bank

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua variabel yang tidak signifikan, yaitu kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* bank BCA di Surabaya. Oleh karena itu, sebaiknya bank dapat lebih menjaga hubungan baik dengan nasabah dan mengevaluasi dan meningkatkan layanan yang diberikan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Untuk memperoleh hasil yang baik, maka disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengambil dan menggunakan jumlah responden yang lebih banyak dari penelitian ini sehingga dapat lebih representatif.
- b. Variabel dalam penelitian selanjutnya juga bisa ditambah, tidak hanya terbatas pada kepercayaan, kualitas layanan, kepuasan nasabah, reputasi dan kebiasaan.
- c. Memperbaiki instrumen penelitian dengan menambahkan pernyataan serta mempelajari terlebih dahulu karakteristik subyek maupun obyek penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih spesifik.

## DAFTAR RUJUKAN

- Ameen M Al-Agaga and Khalid Md Nor. 2012. "Factor That Influence E-Loyalty Of Internet Banking User". *International Journal Of Electronic Commerce Studies*. Vol.3, No.2, Pp.297-304.
- Basya Muslim dan Sati Irunlan. 2006. *Tantangan Indonesia Baru : strategi dan aktivitas public relation*. Jakarta : BPP Perhumas
- Beh Yin Yee and T.M. Faziharudean. "Factors Affecting Customer Loyalty of Using Internet Banking in Malaysia". *Journal of Electronic Banking System*. Vol. 2010. Pp 1-20.
- Elfiky, Ibrahim. 2008. *Terapi Berfikir Positif*. Jakarta: Penerbit Zaman
- Erna Ferrinadewi. 2008. *Merek & Psikologi Konsumen*. Yogyakarta : ANDI
- Fandy Tjiptono. 2008. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta : ANDI
- Farida Jasfar, M.E. 2005. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Bogor :Galia Indonesia
- Freddy Rangkuti. 2002. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer loyalty = Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta : Erlanggan.
- Hardjana A.A. 2008. *Komunikasi Dalam Manajemen Reputasi Korporasi*. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 5. No 1
- Hartono Jogyanto. 2006. *Analisis & Desain Sistem Informasi : Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta : Andi Offset
- Husein Umar, 2005, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- J.Paul Peter dan Jerry C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Salemba Empat.

Kotler Phillip dan Kevin Lane Keller (2009). *“Manajemen Pemasaran”*. Jakarta:Penerbit Erlangga

Lijan Poltak. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif;Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Publik, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi, Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Masri Singarimbun dan Sofian Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : LP3ES.

M. Burhan Bungin, Msi. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Mustafa Edwin Nasution dan Hardius Usman.2006. *Proses Penelitian Kuantitatif*. fakultas Ekonomi UI.

Purbayu Budi S. 2005. *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*. Yogyakarta : ANDI

Rambat Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta : Salemba Empat..

Shahzad Shahriari. 2014. “Effective factors on Loyalty of E-Banking Customer”. *International Journal of Advance Research in Computer Science and Management Studies*. Vol 2, Issue 3, Pp 257-267.

Syofian Siregar. 2012. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : PT. Bumi Aksara

Syofian Siregar. 2013. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : PT. Bumi Aksara

Sofjan Assauri. 2012. *Strategic Marketing : Sustaining Lifetime Customer Value*. Jakarta : Rajawali Pers.

Solomon, Oluyinka, Alina Shamsuddin, Eta Wahab. 2013. “Identifying factors That Determine Intention to Use Electronic banking: A Conceptual Study”. *Middle-East Journal of Scientific Research*.

Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen Di Era Internet*. Yogyakarta : Graha Il

#### Rujukan berupa artikel

Erni Prihiyani. 2012. *Ekonomi Bisnis & Keuangan.Memaksimalkan Internet Banking.(Online)*. (<http://bisniskeuangan.kompas.com>, diakses 5 Oktober 2015)

Rujukan berupa artikel

Reza Wahyudi. 2011. Naik 13 Juta, Pengguna Internet Indonesia 55 Juta Orang. *Jurnal Ilmu Pendidikan*. (Online) (<http://tekno.kompas.com>, diakses 5 Oktober 2015)

