

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan di Surabaya dengan sampel sebesar 147 responden nasabah yang menggunakan *GO-Mobile* pada Bank CIMB Niaga di Surabaya dengan pengumpulan data menggunakan kuisioner. Berdasarkan hasil yang telah didapatkan melalui analisis yang dilakukan secara deskriptif maupun statistic dengan aplikasi SPSS 23.0 dan WarpPLS 5.0 didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Gengsi merek mempunyai pengaruh yang positif terhadap Loyalitas nasabah pada penggunaan *Go-Mobile* Bank CIMB Niaga di Surabaya. Semakin tinggi Gengsi merek didalam *Go-Mobile*, maka berpengaruh pada tingginya Loyalitas nasabah untuk menggunakan *Go-Mobile*. Hal itu berarti Gengsi merek yang ditimbulkan dalam penggunaan *Go-Mobile* dianggap akan meningkatkan Loyalitas nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Go-Mobile* dalam aktivitas transaksi sehari-hari nasabah menggap bahwa *Go-Mobile* merupakan aplikasi yang mempunyai bergengsi tinggi serta berkelas tinggi sehingga nasabah merasa senang menggunakan *Go-Mobile* dan akan terus menggunakan *Go-Mobile* serta merekomendasikannya kepada orang lain.
2. Citra Bank mempunyai pengaruh positif terhadap Loyalitas nasabah pengguna *Go-Mobile* Bank CIMB Niaga di Surabaya. Maka semakin tinggi

Citra Bank, maka berpengaruh pada tingginya tingkat loyalitas nasabah untuk menggunakan *Go-Mobile*. Hal ini nasabah setuju bahwa Bank CIMB Niaga selalu memberikan perhatian kepada nasabah, serta memiliki kontribusi terhadap masyarakat dan bank CIMB Niaga selalu dapat dipercaya dalam segala hal bentuk transaksi, Bank CIMB juga merupakan bank yang mapan serta memiliki reputasi yang baik.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian yang dilakukan ini tidak terlepas dari keterbatasan maupun kelemahan. Keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan bagi responden yang ditemui di area Surabaya dan untuk responden kebanyakan adalah para pekerja Swasta.
2. Penyamaan Persepsi antar anggota kolaborasi riset
3. Minimnya dana untuk melakukan penelitian
4. Terdapat dua variabel yang tidak memenuhi syarat reliabilitas yaitu variabel kualitas layanan dan risiko yang dirasakan

## **5.3 Saran**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada terdahulu dan penelitian sekarang, maka penelitian memberikan saran-saran yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan. Saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

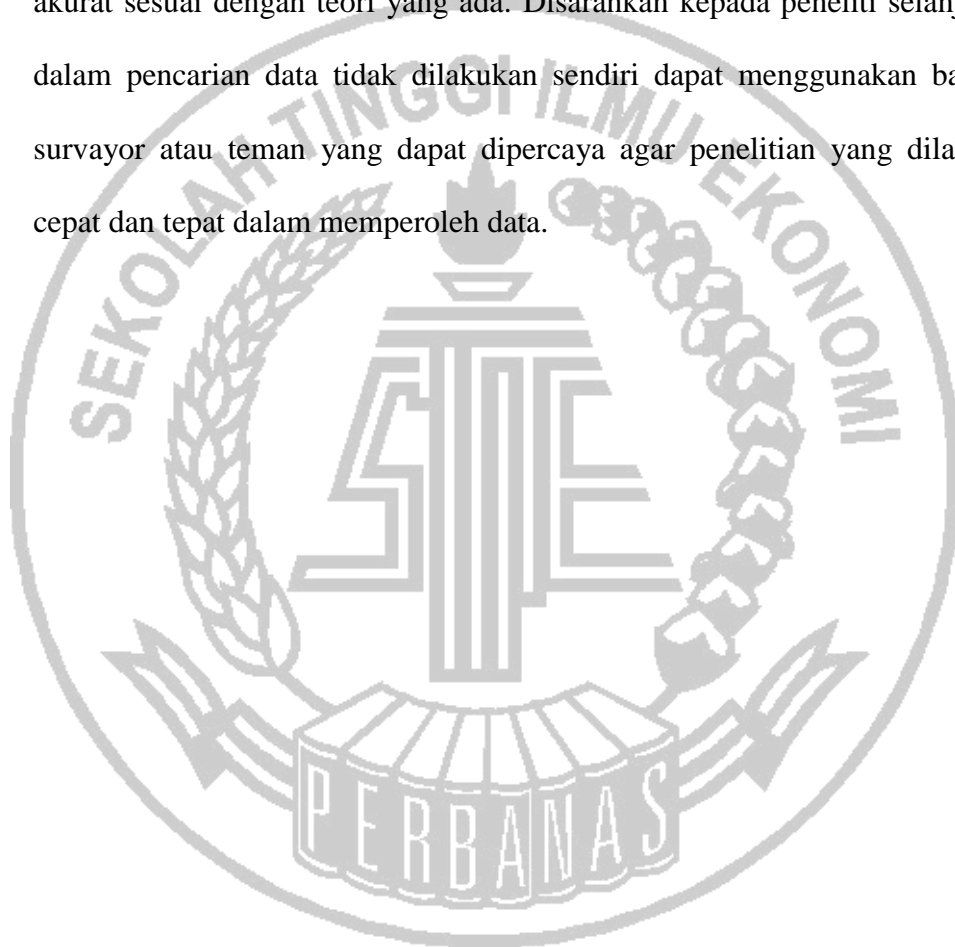
1. Bagi PT. Bank CIMB Niaga, Tbk

Berdasarkan hasil penelitian ini pendapat responden yaitu:

- a. Disarankan untuk Bank CIMB Niaga untuk terus memperbaiki layanan *GO-Mobile* dengan melakukan pembaruan pada aplikasi *GO-Mobile* agar menguntungkan nasabahnya dan disarankan kepada bank CIMB Niaga untuk terus menjaga gengsi mereknya yang dianggap nasabah aplikasi *GO-Mobile* memiliki status yang tinggi dan Berkelas tinggi sehingga nasabah dimasa yang akan datang .tetap menggunakan *GO-Mobile* disetiap transaksinya dan dapat merekomendasikan ke orang lain dengan cara mengatakan hal hal yang positif tentang *GO-Mobile*
  - b. Disarankan kepada Bank CIMB Niaga untuk terus meningkatkan standart layanan yang sudah ada agar para nasabah lebih nyaman dalam bertransaksi sehingga Citra bank yang sudah tertanam di fikiran masyarakat yang menganggap Bank CIMB Niaga adalah bank yang mapan, memiliki reputasi yang baik dan dapat dipercaya terus bisa terjaga sehingga nasabah dapat mengatakan hal-hal yang positif tentang *GO-Mobile* dan Bank CIMB Niaga sehingga tingkat loyalitas nasabah terus meningkat dan dapat merekomendasikannya kepada orang lain.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan kepada peneliti selanjutnya tidak hanya menggunakan variabel-variabel yang telah digunakan pada penelitian ini, dapat menambah dan memperbaiki instrument penelitian seperti menambah jumlah item indikator pertanyaan dan menambah jumlah variabel lain. Untuk hasil yang lebih baik disarankan peneliti selanjutnya tidak hanya menggunakan data kuesioner saja, tetapi juga menggunakan data wawancara agar mendapatkan

hasil yang lebih akurat, serta memperluas wilayah penelitian, guna agar peneliti selanjutnya bisa memperoleh gambaran penelitian yang lebih luas. Dalam pencarian responden disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk lebih selektif melihat dari segi kualitas SDM responden, Usia responden, tingkat pendidikan responden agar data jawaban responden lebih berkualitas dan akurat sesuai dengan teori yang ada. Disarankan kepada peneliti selanjutnya dalam pencarian data tidak dilakukan sendiri dapat menggunakan bantuan survayor atau teman yang dapat dipercaya agar penelitian yang dilakukan cepat dan tepat dalam memperoleh data.



## Daftar Rujukan

- Alok Kumar Rai, Srivastava Medha. 2013. *“The Antecedents of Customer Loyalty: An Empirical Investigation in Life Insurance Context”*. *Journal of Competitiveness*, Vol. 5, Issue 2, pp. 139-163
- Erna Ferrinadewi, 2008, *“Merek dan Psikologi konsumen implikasi pada strategi pemasaran”*. Cetakan pertama: Graha Ilmu.
- Ikatan Bankir Indonesia., 2013, *“Memahami Bisnis Bank”*. Edisi 2 . Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ikatan Bankir Indonesia., 2015, *“Manajemen Risiko I”*. Edisi Kesatu . Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- M. Taufiq Amir, 2015, *“Merancang kuesioner: Konsep dan Panduan untuk Penelitian Sikap, Kepribadian, dan Perilaku”*. Edisi Pertama: Prenadamedia Group
- Mudrajad Kuncoro, 2009, *“Metode riset untuk bisnis dan ekonomi”* Edisi 3: Yogyakarta: Penerbit Erlangga.
- Mahfud Sholihin, 2013, *“Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0”* : Yogyakarta: Andi.
- Mubbsher Munawar Khan, Sanya Ali Ahmad. 2016. *“Moderation of Online Consumers’ Review on Relationship Between Perceived risk and Consumers’ Unwillingness to Buy Home Appliance online”*. *A Research Journal of Commerce, Economics, and Social Sciences*, Vol. 10, No 2, pp. 26-42
- Naresh K. Maholtra, 2004, *“Marketing Research an Applied Orientation”* Edisi 4: USA: Pearson Education.
- Naveed Ahmad, Nadeem Iqbal, Mansoor Ahmad. 2014. *“Managing service quality customer loyalty and the role of relationship length”*. *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, Vol. 38, pp 70-81
- Naeyhun (Paul) Jin, Nathaniel D. Line, Jerusalem Merkebu. 2015. *“The Impact of Brand Prestige on Trust, Perceived Risk, Satisfaction, and Loyalty in Upscale Restaurants”*. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, Vol. 25, pp 1-24
- Nahid Mojarrad, Parisa Aliniaye Lakanie 2014. *“Determining and Prioritizing the Key Indicators to Choose a Hotel From The Iranian Perspective”*.

*Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, Vol. 5, No.3, pp 49-75

Po-Yuong Chu, Gin-Yuan Lee, You Chao 2012. “*Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Trust, and Loyalti in an E-Banking Context*”. *Social Behavior and Personality An International Journal*, Vol. 40, No.8, pp 1271-1284

Shahram Gilaninia, Hossein Ganjinia, Ali Moridi, M. Rahimi. 2012. “*The Differential Roles of Brand Credibility and Brand Prestige in The Customers' Purchase Intention*”. *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, Vol. 2, No. 4, pp 1-9

Sutisna, 2001, “*Perilaku konsumen dan Komunikasi Pemasaran*”. Cetakan pertama. Bandung : PT. REMAJA ROSDAKARYA.

Tony wijaya. 2011. “*Manajemen kualitas jasa*”. PT. INDEKS.

Tatik Suryani, 2013, “*Perilaku konsumen di era internet implikasi pada strategi pemasaran*”. Cetakan pertama: Graha Ilmu.

Philip Kotler, Kevin Lane Keller., 2015, “*Manajemen Pemasaran*”. Edisi 13, jilid 1. Jakarta: Erlangga

Imam Ghozali, Hengky Latan, 2014, “*Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi menggunakan Program WarpPLS 4.0*”. Edisi 2. Undip.

Imam Ghozali, 2016, “*Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*”. Edisi 8. Undip.

Syofian Siregar, 2013, “*Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS*”. Edisi Pertama. Kencana Prenada Group.

Sugiyono, 2014, “*Metode Penelitian Manajemen pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Peneliti Tindakan, Peneliti Evaluasi*”. Cetakan Pertama. Bandung: Alfabeta.

Sukardi, 2008, “*Evaluasi Pendidikan prinsip dan operasional*”. Cetakan Pertama. Jakarta: Bumi Aksara.

(<http://www.topbrand-award.com/>, diakses tanggal 26 Maret 2017)

(<https://www.cimbniaga.com>, diakses tanggal 11 April 2017)

