BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari proses pengolahan data dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan :

1. Karakteristik berpengaruh signifikan positif terhadap retensi nasabah *internet banking* di Surabaya. Sehingga dalam hal ini karakteristik inovasi mempengaruhi retensi nasabah dalam menggunakan *internet banking*.
2. Kualitas layanan berpengaruh signifikan positif terhadap retensi nasabah *internet banking* di Surabaya. Sehingga dalam hal ini kualitas layanan mempengaruhi retensi nasabah dalam menggunakan *internet banking*.
3. Karakteristik Inovasi dan Kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan positif secara simultan terhadap retensi nasabah *internet banking* di Surabaya. Yang artinya tingkat kemauan nasabah untuk bertahan menggunakan *internet banking* dipengaruhi oleh tingkat adopsi masyarakat terhadap suatu teknologi baru dan kualitas layanan yang disediakan dalam menggunakan teknologi tersebut.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis juga mengalami beberapa kesulitan dan keterbatasan sebagai berikut :

1. nasabah enggan untuk mengisi kuesioner yang disediakan oleh penulis sehingga butuh waktu yang cukup lama untuk mendapatkan data yang cukup
2. banyaknya nasabah yang mengisi kuesioner tapi tidak termasuk dalam ketentuan kriteria sampel sehingga data yang didapat tidak bisa digunakan dalam penelitian.

5.3 Saran

5.3.1 Saran Bagi Bank

1. Hasil uji menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan dengan karakteristik inovasi maka disarankan bagi bank untuk meningkatkan kualitas layanan *internet banking* dari beberapa aspek berikut :
    a. Perbaikan tampilan *internet banking* yang lebih baik, ringkas, dan menarik untuk digunakan.
    b. Membentuk satu divisi baru yang khusus untuk menangani apapun yang berkaitan dengan layanan *internet banking*.
    c. Meningkatkan pemahaman karyawan tentang *internet banking* agar penjelasan layanan *internet banking* kepada nasabah tidak mengalami perbedaan antara penjelasan yang diberikan dengan layanan yang tersedia

d. Meningkatkan kesigapan dan kemampuan karyawan dalam menangani permasalahan atau keluhan yang sewaktu-waktu dialami nasabah dalam menggunakan layanan *internet banking*.

e. Meningkatkan fitur-fitur pada layanan *internet banking* seperti transaksi kartu kredit, pembayaran tiket kereta api, dan lain sebagainya.

f. Beberapa responden mengeluhkan susahnya mengakses *internet banking* ketika koneksi internet lemot, maka dari itu bank harus mendesain web *internet banking* lebih ringan sehingga dapat diakses dalam kondisi apapun dan menggunakan alat apapun.

2. Untuk meningkatkan tingkat adaptasi nasabah terhadap *internet banking* maka bank perlu melakukan beberapa hal seperti berikut :

   a. Meningkatkan kegiatan sosialisasi mengenai layanan *internet banking* dan pentingnya memiliki akun *internet banking* kepada nasabah melalu *frontliner* bank sehingga nasabah lebih mengenal layanan *internet banking* dan keunggulannya.

   b. Mencanangkan suatu program yang ditujukan kepada nasabah untuk terus dan tetap menggunakan *internet banking* dan mengurangi intensitas nasabah untuk bertransaksi melalui *teller*.

3. Pada pertanyaan *essay*, mayoritas responden mengatakan bahwa alasan bertahan menggunakan *internet banking* karena kebutuhan, efisiensi dan efektifitas transaksi. Sedangkan menurut hasil analisa SPSS menunjukkan bahwa kualitas layanan lebih besar pengaruhnya terhadap retensi nasabah

internet banking. Sehingga disarankan bagi bank untuk selalu mengevaluasi layanan *internet banking* yang sudah ada dengan dasar kebutuhan nasabah sehingga layanan *internet banking* yang disediakan mampu memenuhi kebutuhan bertransaksi nasabah.

5.3.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu digunakan sebagai acuan untuk melakukan penelitian yang akan dilakukan oleh generasi selanjutnya. Maka dari itu ada saran untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang serupa :

1. Gunakan variabel yang lebih besar pengaruhnya seperti reputasi, minat menggunakan, atau yang lain untuk mendukung penelitian yang lebih bermanfaat.
2. Mencari responden dengan cara yang lebih efektif yaitu dengan menyebarkannya pada bank-bank tertentu sehingga lebih cepat, tepat, dan akurat.
3. Dalam mengumpulkan data disaranakan untuk menggunakan metode wawancara karena data yang didapatkan akan lebih akurat dan presisi.

Daftar Rujukan

Ahmad, Zulfqar. Ishfaq Ahmed, Muhammad Musarrat Nawaz, Ahmad Usman, Muhammad Zeesahan Shaukat, and Naveed Ahmad. 2010. "Impact of Service Quality of Short Messaging Service on Customers Retention; an Empirical Study of Cellular Companies of Pakistan". *International Journal of Business and Management Vol. 5, No. 6*

Barnes, James G., 2003. *Secrets of customer relationship management*. Diterjemahkan oleh Andreas Winardi. Yogyakarta. Andi

Bin Ismail, Hishamuddin dan Mohammad Fateh Ali Khan Panni. 2009."Factors Affecting Customer Retention Toward Internet Banking in Malaysia". *Journal of Information & Knowledge Management, Vol. 8, No. 1*

Danang Sunyoto, 2012. *Konsep dasar riset pemasaran dan perilaku konsumen.* CAPS

_____, 2012. *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. CAPS

Danesh, Seiedeh Nasrin. Saeid Ahmadi Nasab, Kwek Choon Ling. 2012. "The Study of Customer Satisfaction, Customer Trust and Switching Barriers on Customer Retention in Malaysia Hypermarkets". *International Journal of Business and Management Vol 7, No. 7*

Dhorifi Zumar. 2013. 34% nasabah sudah melek *internet banking* (www.marsindonesia.com/newsletter)

Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty : How to Earn It, How to Keep It by Jill Griffin*. Diterjemahkan oleh Dr. Dwi Kartini Yahya. Erlangga.

Imam Ghozali, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi pertama. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang

Kotler, P., & Armstrong G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta : Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11. Jakarta : Indeks.

_____, K. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta : Erlangga.

Pengguna *online* dan *mobile banking* didominasi usia muda (www.financeroll.co.id/news)

Relationship marketing, customer trust, customer satisfaction, customer retention (www.kafebisnis2010.wordpress.com)

Syofian Siregar, 2013. *Metode penelitian kuantitatif*. edisi pertama. Kencana Prenamedia Grup

Tony Wijaya, 2011. *Manajemen kualitas jasa.* Jakarta : Indeks

Win Esti, Nawazirul dan Andi Wijayanto. 2013. "Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Retensi Pelanggan Melalui Kepuasan". *Diponegoro Journal Of Social And Politic Tahun 2013*.