

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan di Surabaya dengan sampel sebesar 146 responden nasabah yang menggunakan *mobile banking* pada Bank Negara Indonesia di Surabaya dengan pengumpulan data menggunakan kuisioner. Berdasarkan hasil yang telah didapatkan melalui analisis baik secara deskriptif maupun statistic dengan aplikasi WarpPLS 6.0 didapatkan hasil sebagai berikut:

1. kualitas layanan berpengaruh Positif terhadap Loyalitas pada penggunaan *mobile banking* Bank Negara Indonesia di Surabaya. semakin baik dan tinggi kualitas layanan yang diberikan akan semakin meningkatkan loyalitas nasabah
2. Kualitas layanan berpengaruh Positif terhadap Gengsi Merek. semakin baik dan tinggi kualitas layanan yang diberikan akan semakin meningkatkan nilai gengsi merek terhadap produk bank tersebut sehingga akan menarik nasabah untuk menggunakan produk tersebut
3. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap biaya pengganti. Kualitas layanan dengan biaya pengganti erat kaitannya dengan biaya yang dikeluarkan apakah sebanding dengan kualitas layanan yang diberikan bukan tidak mungkin jika kualitas layanan produk buruk dan biaya yang dikeluarkan juga tidak sebanding maka bisa saja nasabah akan beralih ke produk *Mobile Banking* lainnya

4. Gengsi Merek berpengaruh positif terhadap risiko yang dirasakan. Gengsi Merek merupakan faktor yang sangat penting bagi nasabah dan suatu produk atau jasa karena dapat mempengaruhi gengsi nasabah. Nasabah beranggapan bahwa Gengsi merek dapat meminimalisir risiko yang terjadi dalam hal keamanan bertransaksi karena semakin tinggi gengsi merek itu nasabah beranggapan juga dengan teknologi keamanan yang digunakan juga semakin tinggi
5. Gengsi Merek berpengaruh negatif terhadap loyalitas nasabah. Gengsi merek yang tinggi kurang menjadi daya tarik nasabah untuk menjadi loyalitas menggunakan produk atau jasa. Merek bergengsi juga tidak menentukan nasabah akan terus menggunakan *mobile banking* di masa yang akan datang.
6. Biaya pengganti berpengaruh positif terhadap Loyalitas. biaya pengganti erat kaitannya dengan biaya yang dikeluarkan apakah sebanding dengan loyalitas nasabah jika biaya pengganti lebih mahal bukan tidak mungkin nasabah tidak akan berpaling *Mobile Banking* lainnya.
7. Risiko yang dirasakan berpengaruh positif terhadap loyalitas. Dalam industri perbankan yang tentunya di bidang jasa risiko yang dirasakan harus dihilangkan karena pasti akan mempengaruhi tingkat loyalitas nasabah terhadap bank . Jika tingkat risiko yang dirasakan oleh nasabah rendah pastinya nasabah tidak akan berfikir panjang untuk menggunakan jasa atau produk bank itu sebaliknya jika risiko yang dirasakan oleh

nasabah tinggi maka dapat dipastikan nasabah akan enggan menggunakan produk bank tersebut untuk kedepannya.

8. Gengsi Merek berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah yang dimediasi penuh oleh risiko yang dirasakan. Semakin tinggi gengsi merek dengan di tambah kecilnya risiko yang dirasakan akan membentuk loyalitas bagi nasabah
9. Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas dimediasi parsial oleh Gengsi Merek. Kualitas layanan yang baik tentunya akan menambah naik nilai gengsi merek suatu produk dan bisa menimbulkan loyalitas bagi nasabah
10. Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas yang dimediasi secara parsial oleh Biaya pengganti. Kualitas layanan yang baik diimbangi biaya yang terjangkau bukan tidak mungkin semakin membuat nasabah menjadi loyal

5.2 Keterbatasan Penelitian

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

1. Jadwal pertemuan dengan responden yang selalu berubah – rubah.
2. Menyamakan persepsi antar anggota kolaborasi skripsi.
3. Dana penelitian yang terbatas.

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 Bank Negara Indonesia di Surabaya

Berdasarkan hasil penelitian ini pendapat responden yaitu:

- a. Disarankan untuk Bank Negara Indonesia di Surabaya untuk terus memperbaiki layanan *mobile banking* dengan terus memberikan layanan secara gratis bagi nasabah yang kesulitan penggunaan *mobile banking* atau ada *trouble* dalam aplikasi.
- b. Disarankan Bank Negara Indonesia di Surabaya berupaya tidak membuat kekhawatiran nasabah terhadap penggunaan *mobile banking* dengan cara menambah sistem keamanan agar nasabah sangat aman saat melakukan transaksi melalui *mobile banking*.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan tidak hanya menggunakan variabel yang telah digunakan, dapat menambah dan memperbaiki instrumen 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.



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
- Bareerah Khan, 2014. "Factors Contributing to Customer Loyalty in Commercial Banking". *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, Vol. 4, No 2.
- <http://www.topbrand-award.com/>, diakses tanggal 26 Maret 2017
- <https://www.bni.co.id>, diakses tanggal 30 April 2017
- <http://koran.bisnis.com/read/20161013/244/592025/adu-kenyamanan-aplikasi-m-banking>, diakses tanggal 27 maret 2017
- Ikatan Bankir Indonesia., 2013, *Memahami Bisnis Bank*. Edisi 2 . Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Imam Ghozali, Hengky Latan, 2014, *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi menggunakan Progran WarpPLS 4.0*. Edisi 2. Undip.
- _____. 2014. *Metode Alternatif dengan Partial Least Squares(PLS)*. Edisi 4. Semarang: badan Penerbit- Undip
- M. Taufiq Amir, 2015, *Merancang kuesioner: Konsep dan Panduan untuk Penelitian Sikap, Kepribadian, dan Perilaku*. Edisi Pertama: Prenadamedia Group
- Mahfud Sholihin, 2013, *Analisis SEM-PLS dengan warpPLS 3.0* Edisi 3: Yogyakarta: Penerbit Erlangga.
- Mudrajad Kuncoro, 2009, *Metode riset untuk bisnis dan ekonomi* Edisi 3: Yogyakarta: Penerbit Erlangga.
- 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*
- 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
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller., 2015, *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Po-Young Chu, Yu Chao 2012. "Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Trust, and Loyalty in an E-Banking Context". *Social Behavior and Personality An International Journal*, pp. 1271-1284
- Shahram Gilaninia, Hossein Ganjina, 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
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Manajemen pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Peneliti Tindakan, Peneliti Evaluasi*. Cetakan Pertama. Bandung: Alfabeta.
- Syofian Siregar, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS*. Edisi Pertama. Kencana Prenada Group
- Tony Wijaya. 2011. *Manajemen kualitas jasa*. PT. INDEKS.
- Tatik Suryani, 2013, *Perilaku konsumen di era internet implikasi pada strategi pemasaran*. Cetakan pertama: Graha Ilmu.