

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis statistik dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan dalam penelitian ini dengan tujuan menjawab rumusan masalah. Berikut kesimpulan dari penelitian ini :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan positif terhadap kepuasan nasabah *Internet Banking* Bank BNI di Surabaya. Artinya semakin bagus kualitas pelayanan, maka tidak selalu mempengaruhi kepuasan nasabah.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap citra bank nasabah *internet banking* Bank BNI di Surabaya. Artinya semakin bagus kualitas pelayanan, maka akan selalu berpengaruh terhadap citra bank.
3. Kepuasan berpengaruh tidak signifikan positif terhadap Kepercayaan nasabah *Internet Banking* Bank BNI di Surabaya. Artinya semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah, maka tidak selalu mempengaruhi kepercayaan nasabah.
4. Citra Bank berpengaruh tidak signifikan positif terhadap Kepercayaan nasabah *Internet Banking* Bank BNI di Surabaya. Artinya semakin baik citra Bank BNI, maka tidak selalu mempengaruhi kepercayaan nasabah.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Peneliti sedikit kesulitan untuk mendapatkan responden ketika membagi kuesioner di Taman Bungkul pada kegiatan CFD (*Car Free Day*), dikarenakan beberapa responden tidak bersedia untuk mengisi kuesioner.
2. Pada Uji Statistik dengan menggunakan Smart PLS versi 2.0 didapatkan nilai R-square yang cenderung kecil dikarenakan hanya terdapat dua variabel Eksogen dan satu variabel Mediasi yang mempengaruhi variabel Endogen.

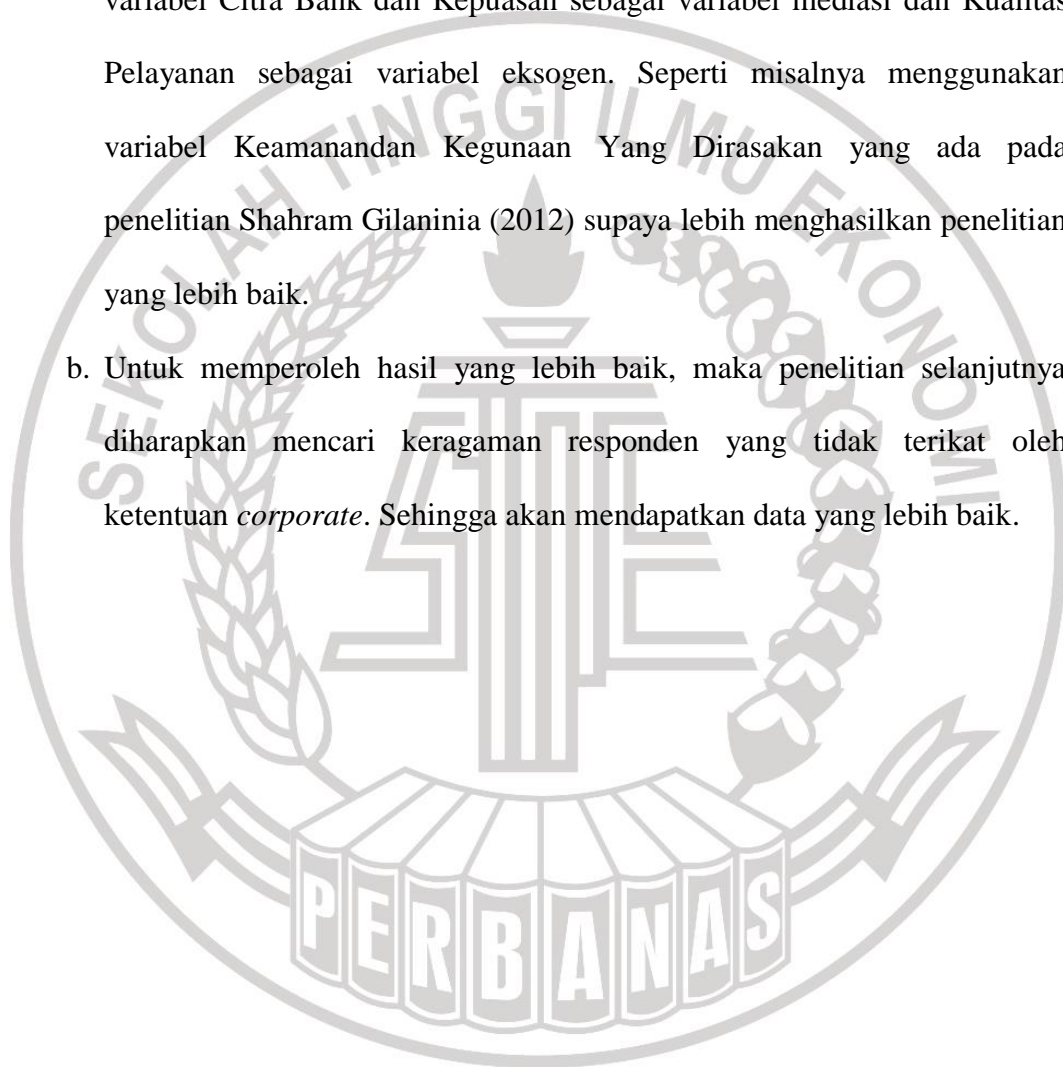
5.3 Saran

Berdasarkan penelitian secara keseluruhan dan kesimpulan yang telah diperoleh, dapat dikembangkan beberapa saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Bank BNI di Surabaya
 - a. Berdasarkan item kuesioner dengan nomer responden 55, Bank BNI diharapkan lebih meningkatkan sistem keamanan *Internet Banking* melalui perbaikan (*maintenance*) berkala.
 - b. Berdasarkan item kuesioner dengan nomer responden 31, Bank BNI diharapkan lebih meningkatkan kinerja laman *Internet Banking* yang selama ini dinilai masih sering terjadi gangguan pada server.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Bagi peneliti selanjutnya, dapat melanjutkan penelitian ini dengan menambahkan beberapa variabel lain yang mampu mempengaruhi kepercayaan nasabah untuk menggunakan *Internet Banking*. Selain variabel Citra Bank dan Kepuasan sebagai variabel mediasi dan Kualitas Pelayanan sebagai variabel eksogen. Seperti misalnya menggunakan variabel Keamanan dan Kegunaan Yang Dirasakan yang ada pada penelitian Shahram Gilaninia (2012) supaya lebih menghasilkan penelitian yang lebih baik.
- b. Untuk memperoleh hasil yang lebih baik, maka penelitian selanjutnya diharapkan mencari keragaman responden yang tidak terikat oleh ketentuan *corporate*. Sehingga akan mendapatkan data yang lebih baik.



DAFTAR RUJUKAN

- Fandy Tjiptono. 2014. *Branding & Brand Longevity*. Yogyakarta : CV Andi OFFSET
- Farida Jasfar. 2005. *Manajemen Jasa*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Gilaninia Shahram, Taleghani Mohammad, Taheri Taher, Mousavian Seyyed Javad (2012). “*Study of Effective Factors on Customers Trust in Electronic Banking Services*”, Vol 3, No.8 : 472-478.
- Hanafizadeh Payam, Behboudi Mehdi, Koshksaray (2012), “*Mobile Banking adoption by Iranian bank clients*”, 62-78
- Imam Ghozali. 2014. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang : BP.UNDIP
- Isnain Putra Baskara, Guruh Taufan Hariyadi. 2014. “*Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Social Networking Website)*”. 1-15
- Juliansyah Noor, 2011. *Metodologi Penelitian* :Skripsi, Tesis Disertasi Dan Karya Ilmiah. Jakarta :Kencana.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta :Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Lijan Poltak Sinambela. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Malhotra, N.K. 2009. *Riset Pemasaran*, edisi keempat, Jilid I. Jakarta : PT Indeks
- Mudrajad Kuncoro. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis&Ekonomi*. Edisi 4. Jogjakarta: Penerbit Erlangga
- Regina Yamin. 2013. “*Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas dan Citra Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Astra International Daihatsu di Manado*”. Jurnal EMBA. Vol 1 No 3. Pp 1231-1240.
- Salehnia Monireh, Saki Maryam, EshagiAlireza, Salehnia Nafiseh (2014). “*A Model of E-Loyalty and Word-of-Mouth based on e-trust in E-Banking service*”, PP: 101-114.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta

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

Top Brand Award. 2013-2016. (www.topbrand-award.com, diakses pada tanggal 27 Februari 2017)

Patawayati., D. Zain., M.Setiawan., M. Rahayu (2013). “*Patients Satisfaction, Trust and Commitment: Mediator of Service Quality and Its Impact on Loyalty (An Empirical Study in Southeast Sulawesi Public Hospitals)*”, e-ISSN: 2278-487X, Volume 7, Issue 6 PP 01-14

