

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Pada keseluruhan dari hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini maka dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Kesesuaian Gaya Hidup (KG) berpengaruh signifikan terhadap Pengalaman Merek (PM) *internet banking* Bank BRI syariah karena semakin tinggi tingkat kesesuaian gaya hidup nasabah terhadap *internet banking* bank BRI syariah maka semakin sering menggunakan *internet banking* tersebut dan semakin tinggi pula tingkat pengalaman nasabah dalam menggunakan *internet banking* bank BRI syariah.
2. Pengalaman Merek (PM) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Merek (LM) *internet banking* Bank BRI syariah karena semakin lama pengguna nasabah menggunakan *internet banking* BRI syariah maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas nasabah karena nasabah merasa puas dengan fitur dan layanan dari *internet banking* BRI syariah.
3. Kesesuaian Gaya Hidup (KG) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Merek (KM) *internet banking* Bank BRI syariah karena semakin sesuai gaya hidup nasabah dalam penggunaan *internet banking* maka semakin loyal nasabah dalam penggunaan fitur dan layanan dari *internet banking* bank BRI syariah.
4. Religiusitas (RG) tidak signifikan memoderasi antara Pengalaman Merek (PM) terhadap loyalitas Merek (LM) *internet banking* Bank BRI syariah

karena memiliki nilai *p-value* 0,346. Nilai tersebut lebih tinggi dari nilai signifikansi yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu dikatakan keterbatasan penelitian

Keterbatasan penelitian yang dilakukan baik secara teoritik, metodologis dan teknis pada penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut:

1. Kantor Bank BRI syariah tidak banyak seperti bank syariah lainnya sehingga sulit mejangkau penggunaan nasabah yang menggunakan *internet banking* BRI syariah.
2. Sulit mendapatkan izin dari pihak bank untuk menyebarkan kuesioner pada nasabah yang berada di bank BRI syariah.
3. Responden malas mengisi kuesioner sendiri, sehingga penulis yang mengisi kuesioner sesuai jawaban responden.
4. Banyak nasabah yang merasa keberatan untuk mengisi kuesioner karena menyita waktu mereka.

## 5.2 **Saran**

Dari hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini maka peneliti memberikan saran-saran yang bermanfaat bagi pihak yang terkait sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah

Pada layanan internet banking dibutuhkan kesesuaian gaya hidup, karena dengan membangun tingkat gaya hidup seseorang akan menambah kepercayaan nasabah atas merek. Pengalaman merek juga sangat diperlukan untuk dapat mengetahui kejadian yang dihasilkan dari penggunaan *internet banking*. Apabila

sebuah merek meninggalkan kesan yang baik maka hal tersebut akan meningkatkan pengalaman yang positif sehingga pengguna akan tetap menggunakan dan memberi tingkat loyalitas pada pelanggan. Dalam hal ini pengetahuan tentang religiusitas bank perlu ditingkatkan agar nasabah juga peduli dan meningkatkan religiusitasnya terhadap produk dan layanan bank khususnya untuk layanan *internet banking*.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah pengetahuan dan mencantumkan variabel-variabel yang dapat meningkatkan kinerja suatu bank syariah, melakukan penelitian pada seluruh bank syariah agar dapat meningkatkan peran syariah dalam keuangan di Indonesia dan agar mendapatkan hasil yang maksimal dalam membantu perekonomian Indonesia.

