

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Melalui hasil analisa yang telah dilakukann baik secara deskriptif maupun statistik dengan teknik Estimasi *Maximum Likelihood* melalui program AMOS 18.0 maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, yaitu sebagai berikut :

- a. Kualitas pelayanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga hipotesis ke-1 "Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *e - banking* di Surabaya"  $H_0$  dapat diterima yang mengindikasikan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini teruji kebenarannya. Dalam hal ini nasabah berpendapat bahwa Bank penyedia pelayanan *e - banking* mampu memberikan pelayanan *e - banking* yang baik. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan kondisi yang tidak signifikan yang berarti semakin tinggi kualitas pelayanan bukan berarti tidak berhubungan tetapi tidak selalu meningkatkan kepuasan nasabah. Kondisi ini menjelaskan bahwa untuk menciptakan kepuasan nasabah belum tentu dapat dicapai melalui kualitas pelayanan yang baik saja. Terdapat faktor dari kualitas pelayanan yang lain yang juga mempengaruhi kepuasan nasabah. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah akan penggunaan *e - banking* tetap memiliki pengaruh namun sangat kecil.

b. Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah, sehingga hipotesis ke-2 "Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pengguna *e - banking* di Surabaya"  $H_1$  dapat diterima yang mengindikasikan bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini teruji kebenarannya. Dalam hal ini, nasabah berpendapat bahwa Bank penyedia pelayanan *e - banking* mampu memberikan pelayanan *e - banking* yang baik. Hasil penelitian ini menunjukkan kondisi yang signifikan yang berarti semakin tinggi kualitas pelayanan *e - banking* di Surabaya berarti berhubungan dan selalu meningkatkan loyalitas nasabah maka akan berdampak tingginya loyalitas nasabah pengguna *e - banking* di Surabaya. Kondisi ini menjelaskan bahwa untuk menciptakan loyalitas nasabah tentu dapat dicapai melalui kualitas pelayanan yang baik saja. Terdapat faktor dari kualitas pelayanan saja yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah akan penggunaan *e - banking* memiliki pengaruh.

c. Kepuasan nasabah berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah, sehingga hipotesis ke-3 "Kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pengguna *e - banking* di Surabaya"  $H_0$  dapat diterima yang mengindikasikan bahwa hipotesis ketiga dalam penelitian ini teruji kebenarannya. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan kondisi yang tidak signifikan yang berarti semakin tinggi kepuasan nasabah bukan berarti tidak berhubungan tetapi tidak selalu meningkatkan loyalitas nasabah. Hasil yang tidak signifikan dalam penelitian ini menandakan bahwa peningkatan

kepuasan saja belum tentu meningkatkan loyalitas nasabah pengguna *e - banking* di Surabaya. Selain kepuasan, beberapa faktor lainnya juga mempengaruhi terciptanya loyalitas nasabah. Ini berarti bahwa meskipun nasabah merasa bahwa pelayanan *e - banking* yang diberikan oleh Bank sudah baik yang kemudian merasa bahwa *e - banking* adalah bentuk pelayanan yang terpercaya, belum tentu nasabah pengguna *e - banking* akan tetap menggunakan pelayanan dari Bank meskipun ada *e - banking* lain yang lebih bagus, dan menggunakannya dalam jangka waktu kedepan serta memberikan rekomendasi kepada orang lain. . Dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah akan penggunaan *e - banking* tetap memiliki pengaruh namun sangat kecil.

## **5.2. Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Keterbatasan tersebut antara lain :

- a. Penelitian ini hanya dilakukan pada pengguna *e - banking* di Surabaya yang tidak proporsional sehingga tidak menutup kemungkinan hasilnya akan berbeda juga dilakukan dengan proporsional.
- b. Dalam Penelitian ini memiliki kekurangan pada jumlah variabel yang terlalu sedikit sehingga ketika memproses kedalam program SEM perlu dilakukan beberapa modifikasi untuk mendapat model yang sesuai.
- c. Sasaran responden kalau mahasiswa kurang tepat yang lebih baik adalah seorang profesional

### 5.3. Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran - saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi pihak - pihak terkait :

#### **a. Saran bagi bank**

1. Dilihat dari hasil olah data pada variabel kualitas pelayanan pada masing-masing indikator kualitas pelayanan menggambarkan tanggapan responden terendah pada indikator teknologi dalam kenyamanan (KP3). Bagi pihak Bank diharapkan agar lebih memperhatikan dan memberikan kenyamanan serta meningkatkan keamanan dan kualitas bagi pengguna *e - banking* yang ingin melakukan transaksi perbankan.
2. Dilihat dari hasil olah data pada variabel kepuasan nasabah pada masing-masing indikator kualitas pelayanan menggambarkan tanggapan responden terendah pada indikator KN4 (kesenangan). Bagi pihak Bank diharapkan agar lebih memperhatikan dan memberikan pelayanan yang baik agar nasabah senang dan puas terhadap pelayanan *e - banking* yang diberikan oleh Bank sebagai penyedia pelayanan serta meningkatkan kualitas pelayanan bagi pengguna *e - banking* agar memenuhi harapan nasabah dan tercapainya kepuasan yang meningkat oleh nasabah.
3. Dilihat dari hasil olah data pada variabel loyalitas nasabah pada masing-masing indikator loyalitas nasabah menggambarkan tanggapan responden terendah pada indikator LN3 (perusahaan lainnya). Bagi pihak Bank diharapkan agar lebih memperhatikan dan memberikan kualitas pelayanan

bagi pengguna *e - banking* yang ingin melakukan transaksi perbankan agar nasabah puas dan menyarankan ke pihak lain untuk menggunakan pelayanan *e - banking*.

#### **b.Saran bagi peneliti yang akan datang**

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mengkaji ulang penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, dalam penggunaan variabel - variabel lain yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Demikian hal tersebut dapat menjadikan penelitian selanjutnya akan lebih baik dengan penggunaan sampel yang lebih besar serta perlu adanya tambahan proporsi wilayah dalam kuesioner , agar dapat mencakup keseluruhan wilayah di Surabaya.

Sebaiknya komposisi responden yang digunakan lebih proporsional dan tidak terpusat pada satu golongan tertentu. Jumlah sampel yang digunakan sebaiknya lebih banyak sehingga hasil analisis lebih baik. Sebaiknya menetapkan kriteria responden yang lebih detail, sehingga lebih fokus dan mampu mewakili karakteristik sampel yang diinginkan secara akurat. Sasaran responden kalau mahasiswa kurang tepat yang lebih baik adalah seorang profesional

## DAFTAR RUJUKAN

- Ariani, Wahyu. 2009. *Manajemen Operasi Jasa*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Budi Prabowo. 2008. "Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada PT. Astra Surabaya". *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*. Vol.8 No.2. Pp 92-97.
- Fandy Tjiptono. 2008. *Pemasaran Jasa*. Malang : Penerbit Bayu Media Publishing
- \_\_\_\_\_. 2009. *Service Marketing Esensi dan Aplikasi, Marknesis*. Yogyakarta : PT Alex Media Komputindo
- Farida Jasfar. 2009. *Manajemen Jasa : Pendekatan Terpadu*. Jakarta : Penerbit Ghalia Indonesia
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Semarang : BP UNDIP.
- Ganguli, Shirshendu and Sanjit Kumar Roy. 2010. "Generic technology-based service quality dimensions in banking : Impact on customer satisfaction and loyalty". *International Journal of Bank Marketing*. Vol. 29 No. 2, 2011 pp. 168-189
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS*. Semarang : BP UNDIP
- Ghozali, Imam dan Fuad. 2008. *Structural Equation Modeling*. Semarang : BP UNDIP.
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan Edisi Revivi dan Terbaru*. Jakarta : Erlangga
- Ilias Santouridis and Panagiotis Trivellas 2010. "Investigating the impact of service quality and customer satisfaction in mobile telephone in Greece". *The TQM Journal*. (March). Pp 330-343
- Imam Ghozali.2011. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos Ver 19.0*. Semarang : BP.UNDIP
- Kotler, Philip dan K. Lane Keller. 2009. *Marketing Management*. New Jersey Penerbit Prentice Hall
- Kotler, Philip, dan G. Amstrong. 2011. *Marketing In Introduction*. New Jersey : Person

- Latumaerissa, Julius R. 2011. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta : Salemba Empat.
- Malhotra, Narest K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan Edisi Keempat Jilid 1*. Jakarta : Indeks.
- Markenis, Tim. 2009. *Customer Satisfaction and Beyond*. Yogyakarta : Markenis
- Minto Waluyo. 2009. *Panduan Equation Modeling*. Jakarta Penerbit Indeks
- Mukherjee, A. and Nath. P. 2003. "A Model of Trust in Online Relationship Banking", *The International Journal of Bank Marketing Branford*, 21 (1), 5. March 10, 2005.
- Nina Rahmayanty 2010, "Manajemen Pelayanan Prima" Jakarta : Penerbit Graha Ilmu Yogyakarta
- Publikasi Bank Indonesia. 2012. "Mengenal Electronic Banking". Program edukasi masyarakat dalam rangka implementasi arsitektur perbankan indonesia.
- Sekaran, Uma. 2009. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sheng, Tianxiang and Chunlin Liu. 2010. "An empirical study on the effect of e-service quality on online customer satisfaction and loyalty". *Nankai Business Review International*. Vol. 1 No. 3, 2010 pp. 273-283.
- Sugiyono, 2009. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabet
- Tampubolon, Nelson. 2004. "Surat Edaran : Penerapan Manajemen Risiko pada Aktivitas Pelayanan Jasa Bank Melalui Internet (Internet Banking) (online)", August 24, 2005.