

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Keseluruhan dari hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini mengenai pengaruh pengalaman pelanggan dan manfaat yang dirasakan terhadap kepuasan nasabah pengguna *internet banking* BRI Syariah di Surabaya & Sidoarjo maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pengalaman pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *internet banking* BRI Syariah di Surabaya & Sidoarjo. Semakin tinggi pengalaman seseorang maka individu tersebut akan dapat merasa puas atas layanan yang telah dirasakannya.
2. Manfaat yang dirasakan berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *internet banking* BRI Syariah di Surabaya & Sidoarjo. Hal ini dapat terjadi karena nasabah yang menyadari akan manfaat dari layanan *internet banking* BRI Syariah belum tentu nasabah merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh *internet banking* BRI Syariah dan berekspektasi lebih tinggi dari yang diberikan oleh *internet banking* BRI Syariah.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Responden kurang teliti dan memahami isi dari kuisisioner ini sehingga mengisi dalam jangka waktu yang singkat.

2. Kurangnya kemampuan atau daya peneliti dalam mengontrol keseriusan dan niat responden selama mengisi kuesioner yang sering juga dilakukan dengan terburu – buru.
3. Terdapat beberapa nasabah yang menolak untuk menjadi responden dalam penelitian ini.

5.3 Saran

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

1. **Bagi BRI Syariah**
Berdasarkan hasil analisis diatas menyatakan bahwa manfaat yang dirasakan berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah artinya layanan *internet banking* BRI Syariah supaya lebih meningkatkan kualitas mutu dan layanannya serta mampu bersaing dengan layanan *internet banking* Bank lain agar pengguna tidak hanya merasakan manfaatnya tapi juga akan menimbulkan rasa puas dalam menggunakan *internet banking* BRI Syariah.
2. **Bagi Peneliti Selanjutnya**
 - a. Peneliti hanya melakukan penelitian di Surabaya dan Sidoarjo sebaiknya peneliti selanjutnya melakukan perluasan area penelitian supaya dapat digunakan untuk tambahan informasi, seperti di area GERBANG KERTOSUSILA.
 - b. Menambahkan variabel mediasi terhadap analisa pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap kepuasan nasabah. Seperti variabel *easy to use* dan *service quality*.

- c. Peneliti selanjutnya lebih memperhatikan responden pada saat pengisian kuisisioner agar mengetahui keseriusan responden dalam mengisi kuisisioner untuk mendapatkan hasil yang akurat.
- d. Memastikan responden sesuai dengan kriteria sampel yang telah ditentukan.
- e. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menganalisis dan melihat kegiatan responden yang akan dijadikan sampel penelitian sehingga peneliti dapat mendampingi responden pada saat mengisi kuisisioner.



DAFTAR RUJUKAN

- Amin, M. (2016). Internet banking service quality and its implication on e-customer satisfaction and e-customer loyalty. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 34 Iss 3 , 280-306.
- Azhari, M. I., Fanani, D., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 28*.
- Gewald, H. (2010). The Perceived Benefits Of Business Process Outsourcing: An Empirical Study of the German Banking Industry. *International Journal*, Vol. 3 Iss 2, 89-105.
- Imam, Ghazali., & Hengki, L . (2014). *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Progam WarpPLS 4.0*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Imam, G. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4 Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Khan, I., Rahman, Z., & Fatma, M. (2016). The role of customer brand engagement and brand experience in online banking. *International Journal of Bank Marketing Vol. 34 No. 7*, 1025-1041.
- Klaus, P., & Maklan, S. (2013). Towards a Better Measure of Customer Experience. *International Journal of Market Research Vol. 55 Issue 2*, 227-246.
- Mbama, C. I., & Ezepue, P. O. (2018). Digital banking, customer experience and bank financial performance : UK customer's perceptions. *International Journal Of Bank Marketing Vol. 36*, 230-255.
- Panggih, R. I., & Paulus, B. H. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening . *Diponegoro Journal Of Accounting Volume 03, Nomor 02*.
- Ruchi Garg, Zillur Rahman, M.N. Qureshi. (2014). Measuring customer experience in banks: scale development and validation. *Journal of Modelling in Management*, Vol. 9 Issue: 1, pp.87-117.
- Ryu, H.-S (2018). What makes users willing or hesitant to use Fintech?: The moderating effect of user type. *Emerald Insight*.

- Senjaya, V., Samuel, H., & Dharmayanti, D. (2013). Pengaruh customer experience quality terhadap customer satisfaction & customer loyalty di kafe excelso tunjungan plaza surabaya: perspektif b2c . *Jurnal manajemen pemasaran petra Vol. 1, No. 1*, 1-15.
- Sinambela, L. P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Publik, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Yogyakarta: GRAHA ILMU.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Tarmizi, M. I., Muhyiddin, N. T., & Yulanita, A. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial, Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial* (p. 26). Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Tatik, S. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Kab Sleman, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Venni, A. H. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Willingness To Subscribe: Telaah Pada Layanan Video On Demand Netflix. *Ultima Management Vol. 9 No. 1* .
- Zhou, Z., Jin, X. L., & Fang, Y. (2014). Moderating Role Of Gender Relationship Between Perceived Benefits and Satisfaction in Social Virtual World Continuance. *Accepted Manuscript*.