

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

1. Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pada Nasabah *M-Banking* BCA. Kualitas layanan tidak meningkatkan tingkat kepuasan Nasabah *M-Banking* BCA.
2. Kualitas yang dirasa berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pada Nasabah *M-Banking* BCA. Kualitas yang dirasakan oleh Nasabah akan meningkatkan tingkat kepuasan dari Nasabah *M-Banking* BCA.
3. Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pada Nasabah *M-Banking* BCA. Kepuasan pelanggan akan meningkatkan upaya *M-Banking* BCA sehingga dapat menimbulkan Loyalitas Pelanggan.
4. Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pada Nasabah *M-Banking* BCA. Kualitas Layanan tidak akan berpengaruh pada peningkatan Loyalitas Pelanggan.
5. Kualitas yang dirasa berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pada Nasabah *M-Banking* BCA. Kualitas yang dirasakan oleh Nasabah akan meningkatkan upaya *M-Banking* BCA sehingga dapat menimbulkan Loyalitas Pelanggan.
6. Kepuasan tidak memediasi hubungan pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas. Kepuasan sebagai mediator tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

7. Kepuasan memediasi secara parsial hubungan pengaruh Kualitas yang dirasa terhadap Loyalitas. Kepuasan sebagai mediator berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian Ini walaupun sudah diupayakan secara optimal, namun masih terdapat keterbatasan dalam penelitian ini. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah hanya mengambil sampel hanya dari wilayah tempat peneliti tinggal dan kuliah saja, akan lebih baik jika sampel yang diambil meliputi seluruh cabang yang berbeda dari Bank BCA, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dalam lingkup yang lebih luas dan mungkin juga mendapatkan hasil yang berbeda. Kuesioner peneliti sekarang juga memiliki keterbatasan pada kuesioner yang disusun hanya merujuk pada jurnal penelitian Amin (2016) yang mana memiliki indikator yang cocok dipakai pada objek yang *internet banking* bukan *m-banking*..

5.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

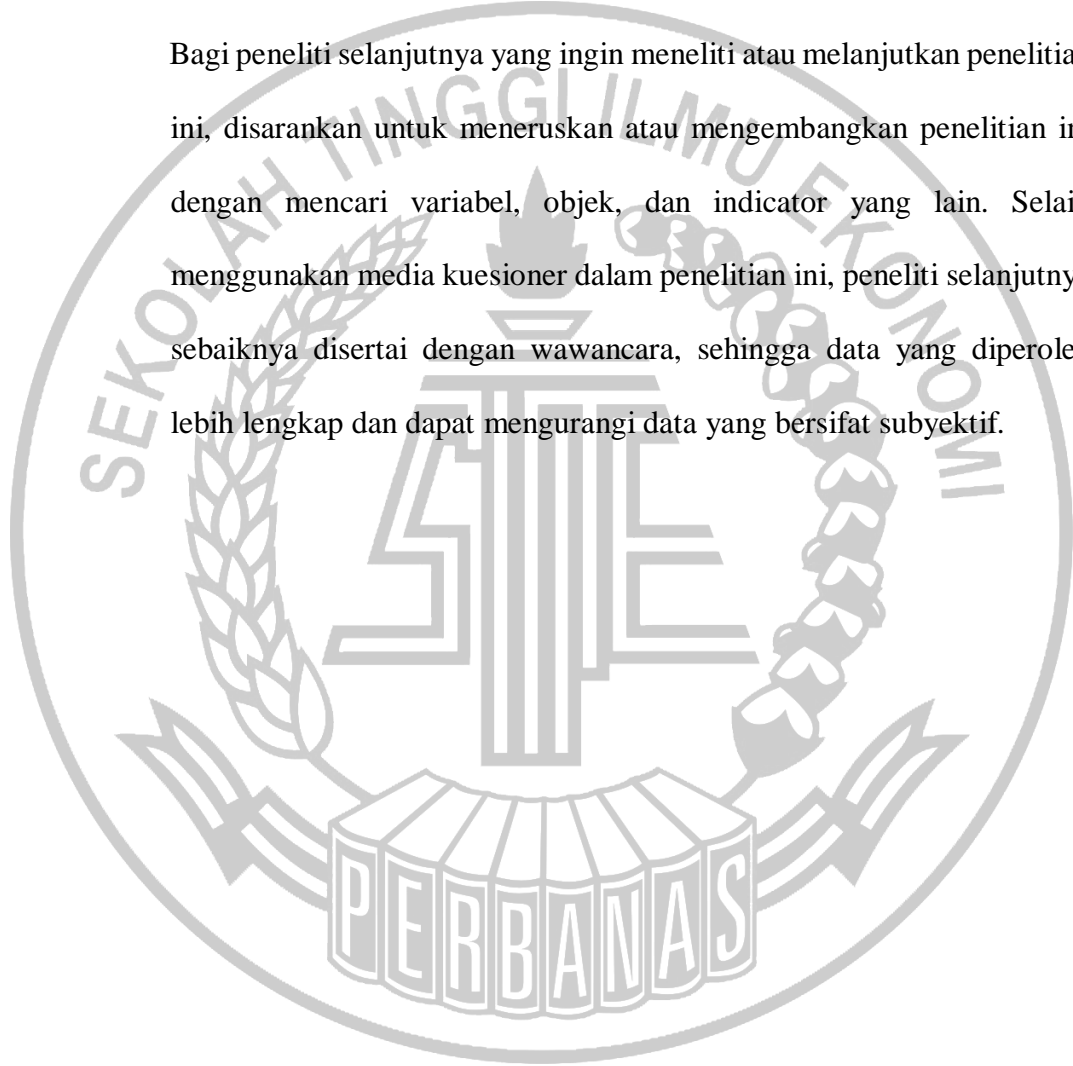
1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa masih terdapat beberapa responden dengan jawaban yang menandakan bahwa privasi responden masih belum terjamin. Oleh karena itu *M-Banking* BCA lebih bisa transparan dan memberikan informasi terkait privasi nasabah, selain itu terkait dengan hasil penelitian peneliti bahwa Kualitas yang dirasa

berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah jadi *M-Banking* BCA dapat menambah kualitas sehingga bisa menambah rasa puas dan aman untuk menjadi pengguna yang loyal terhadap *M-Banking* BCA.

2. Bagi Peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini dengan mencari variabel, objek, dan indikator yang lain. Selain menggunakan media kuesioner dalam penelitian ini, peneliti selanjutnya sebaiknya disertai dengan wawancara, sehingga data yang diperoleh lebih lengkap dan dapat mengurangi data yang bersifat subyektif.



DAFTAR RUJUKAN

- Amin, M. 2016. Internet banking service quality and its implication on e-customer satisfaction and e-customer loyalty. *Emerald insight*, Vol. 34 No. 3 pp. 280-306.
- Anggraeni, N. M. S., & Yasa, N. N. K. 2012. E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Internet Banking - <https://docplayer.info/40728854-E-service-quality-terhadap-kepuasan-dan-loyalitas-pelanggan-dalam-penggunaan-internet-banking.html>
- Dauda, S. Y., & Lee, J. 2016. Quality of service and customer satisfaction: a conjoint analysis for the Nigerian bank customers. *International Journal of Bank Marketing*, 34(6), 841–867. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2015-0062>
- Dixon, M., Toman, N., & Delisi, R. (2013). *The Effortless Experience: Conquering the New Battleground for Customer Loyalty*. New Jersey: Portfolio Publishing Company.
- Fransiska Ardela, Perbedaan SMS Banking, M-Banking dan Mobile Banking., <https://www.finansialku.com/mobile-banking/>, 16 Februari, 2018.
- George, A. and Kumar, G.G. 2014, “Impact of service quality dimensions in internet banking on customer satisfaction”
- Gerson, R.F. 2010. *Mengukur Kepuasan Pelanggan: Panduan Menciptakan Pelayanan Bermutu*. Edisi Pertama. Jakarta: PPM - Bisnis2030.
- Ghozali, I. 2014. *Structural Equation Modeling*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Huda, A.N., & Wahyuni S. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking dan Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Jamsostek Jakarta. *Business Management & Review*.
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I dan II. Jakarta: PT Indeks.
- Kundu, S., & Datta, S. K. 2014. A scale for measuring internet banking service quality. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 12(3), 12–39. doi:10.4018/jeco.2014070102

- Novianti, N., Endri, E., & Darlius, D. 2018. Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 90. <https://doi.org/10.22441/Mix.2018.V8i1.006>
- Prasadh, R. R. 2018. Examining The Roles of Perceived Quality and Customer Satisfaction as Predictors of Customer Loyalty in The Indian E-Banking Context. *Journal of Management Research.*, 18(3), pp 176-187.
- Putro, S. W., Semuel, H., Karina, R., & Brahmana, B. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden" *Jurnal Strategi Pemasaran*.
- Sarwono, J., & Narimawati, U. 2015. *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertas dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Shaw, C. & Hamilton, R. 2015. *The Intuitive Customer: 7 Imperatives for Moving your Customer Experience to the Next Level*. Florida: Beyond Philosophy Companies.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suratno, Fathoni, A., & Haryono, A.T. 2016. Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada PT Pelabuhan Indonesia III Semarang. *Journal of Management*. Edisi Maret, Vol. 2, No. 2, Hal. 1-16.
- Timm, P.R. 2013. *Customer Service: Career Success Through Customer Loyalty*. 6th Edition. London: Pearson Education.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Anndi Offset.
- Tjiptono, Fandy, Gregorious, Chandra. 2016. *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Veloutsou, C. 2015. Brand Evaluation, Satisfaction and Trust as Predictors of Brand Loyalty: The Mediator-Moderator Effect of Brand Relationships. *Journal of Consumer Marketing*, Vol.32 iss 6 pp. 405-421.
- Wardhana, Aditya. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking (M-Banking)* Terhadap kepuasan Nasabah di Indonesia.
- Wijono, D. 2009. *Manajemen Mutu Pelayanan Kesehatan, Teori, Strategi, dan Aplikasi*. Volume 2. Surabaya: Airlangga University Press.

Zeithaml, V.A., Parasuraman, A., & Berry, L.L. 2009. *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations.*

