

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dijelaskan dalam bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan hasil dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Partisipasi nasabah secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap loyalitas merek. Semakin tinggi partisipasi pelanggan terhadap *Mobile banking* BRI di Surabaya maka semakin tinggi pula loyalitas merek *Mobile banking* BRI di Surabaya.
2. Partisipasi pelanggan secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan merek. Semakin tinggi partisipasi nasabah *Mobile banking* BRI di Surabaya maka semakin tinggi pula kepuasan merek *Mobile banking* BRI di Surabaya.
3. Kepuasan merek secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap loyalitas merek. Semakin tinggi kepuasan merek nasabah pada *Mobile banking* BRI di Surabaya maka semakin tinggi pula loyalitas merek nasabah *Mobile banking* BRI di Surabaya.
4. Kepuasan merek memediasi secara parsial partisipasi pelanggan terhadap loyalitas merek. Semakin tinggi partisipasi pelanggan maka akan semakin tinggi pula kepuasan merek dan juga tingginya kepuasan merek akan semakin tingginya loyalitas merek.

5.2. Keterbatasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, Adapun keterbatasan dalam penelitian ini yaitu :

1. Keterbatasan atas kondisi pandemi Covid 19 yang menyebabkan sulit untuk mendapatkan responden yang bersedia mengisi kuesioner melalui *google form*.
2. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh sampel tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya.

5.3. Saran

Berdasarkan penelitian dan Analisis yang dilakukan, peneliti memberi masukan dan saran yang diharapkan dapat dipakai sebagai pertimbangan untuk perusahaan dan peneliti selanjutnya. Adapun saran-saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut.

1. Bagi Bank

Berdasarkan hasil penelitian tampak bahwa rata-rata terendah tanggapan responden terdapat pada item CP3 yaitu sebesar 4,25 yang menyatakan “Saya berpartisipasi dalam memutuskan tentang layanan yang harus disediakan oleh mobile banking BRI” sehingga Bank BRI dapat lebih meningkatkan partisipasi nasabah dalam memutuskan tentang layanan yang harus disediakan oleh *mobile banking* BRI melalui pengembangan wadah atau *platform mobile banking* yang lebih menarik dan *user friendly* agar nasabah dapat menyampaikan aspirasinya.

2. Bagi Peneliti

Peneliti pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel- variabel yang berbeda seperti kepercayaan merek atau meneliti pada objek yang berbeda agar penelitiannya bisa lebih komprehensif.



DAFTAR RUJUKAN

- Alifiah, M. N., & Tahir, M. S. (2018). Predicting financial distress companies in the manufacturing and non-manufacturing sectors in Malaysia using macroeconomic variables. *Management Science Letters* 8, 593-604.
- Appuhamilage, K. M., & Torii, H. (2019). The impact of loyalty on the student satisfaction in higher education. *Higher Education Evaluation and Development Vol. 13 No.2*, 82-96.
- Chen et al, N. (2020). Examining Structural Relationships among Night Tourism Experience, Lovemarks, Brand Satisfaction, and Brand Loyalty on “Cultural Heritage Night” in South Korea. *Sustainability* 12, 6723, 1-23.
- Fachrudin, K. A. (2008). *Kesulitan Keuangan Perusahaan dan Personal*. Medan: USU Press.
- Fathonah, A. N. (2016). Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance terhadap Financial Distress. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Vol.1, No.2*, 133-150.
- Finishtya, F. C. (2019). The Role of Cashflow of Operational, Profitability, and Financial Leverage in Predicting Financial Distress on Manufacturing Company in Indonesia. *Journal of Applied Management (JAM), Vol.17, No.1*, 110-117.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Khurshid et al, M. K. (2018). Impact of Corporate Governance on the Likelihood of Financial Distress: Evidence from Non-Financial Firms of Pakistan. *Pacific Business Review International Vol. 11 Issue 4*, 134-149.
- Kusmayadi et al, D. (2015). *Good Corporate Governance*. Tasikmalaya: LPPM Universitas Siliwangi.
- Luqman et al, R. (2018). Probability of financial distress and proposed adoption of corporate governance structures: Evidence from Pakistan. *Cogent Business & Management* 5:1, 1-14.
- Pancasari, K., & Harsono, S. (2021). The Influence of Self-Efficacy on Customer Intention to Use BRImo Application by Mediating The Perceived Usefulness, Easy of Use and Risk at BRI Bank in Surabaya. *ICOBBI*, 92-99.
- PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. (2017). *Laporan Tahunan*. Jakarta.

- Purnami, N. M., & Mujiati, N. W. (2019). Customer Brand Engagement and Brand Loyalty Insurance Users in Bali Province. *Journal of Business Management and Economic Research* 3 (4), 19-32.
- Rahmawati, D., & Khoiruddin, M. (2017). Pengaruh Corporate Governance dan Kinerja Keuangan dalam Memprediksi Kondisi Financial Distress. *Management Analysis Journal Vol. 6 No.1*, 1-12.
- Rather, R. A., & Sharma, J. (2016). Brand Loyalty with Hospitality Brands: The Role of Customer Brand Identification, Brand Satisfaction and Brand Commitment. *Pacific Business Review International Vol.1 Issue.3*, 76-86.
- Shahsavari, T., & Sudzina, F. (2017). Student satisfaction and loyalty in Denmark: Application of EPSI methodology. *PLoS ONE 12(12)*, 1-18.
- Solem, B. A. (2016). Influences of customer participation and customer brand engagement on brand loyalty. *Journal of Consumer Marketing* 33(5), 332-342.
- Sucipto, A. W., & Muazaroh. (2017). Kinerja rasio keuangan untuk memprediksi kondisi financial distress pada perusahaan jasa di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2014. *Journal of Business and Banking Vol.6, No.1*, 81-98.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV. Alfabeta.