

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan di Surabaya dengan sampel akhir sebesar 74 responden nasabah *e-banking* Bank Mandiri di Surabaya dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Berdasarkan hasil yang telah didapatkan melalui hasil analisis yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik dengan aplikasi SPSS 16,0 didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap *e-loyalty* nasabah *e-banking* pada Bank Mandiri di Surabaya. Dengan, demikian semakin tinggi kualitas layanan *e-banking* Bank Mandiri tidak selalu meningkatkan *e-loyalty* nasabah *e-banking*.
2. Kepuasan hubungan berpengaruh signifikan terhadap *e-loyalty* nasabah *e-banking* pada Bank Mandiri di Surabaya. Dengan, demikian semakin tinggi kepuasan hubungan antara pihak bank dan nasabah semakin tinggi pula *e-loyalty* nasabah *e-banking* Bank Mandiri.
3. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap *e-loyalty* nasabah *e-banking* pada Bank Mandiri di Surabaya. Dengan, demikian semakin tinggi kepercayaan nasabah Bank Mandiri maka semakin tinggi pula *e-loyalty* nasabah *e-banking*.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Terdapat responden yang kurang serius dalam ketersediaannya mengisi kuesioner. Namun hal ini bisa diantisipasi peneliti dengan melakukan pendampingan serta menghidupkan suasana menggunakan obrolan ringan.
2. Peneliti merasa sulit mencari responden yang telah bertransaksi melalui *e-banking* dengan Bank Mandiri di Surabaya minimal tiga kali dalam satu bulan terakhir.
3. Berdasarkan keterbatasan pada no.2 diatas menyebabkan dalam memperoleh responden tidak dapat membuktikan secara langsung terhadap item pertanyaan (Y2) Saya tetap melakukan transaksi perbankan melalui layanan *e-banking* Bank Mandiri dimasa yang akan datang

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan baik penelitian terdahulu ataupun penelitian saat ini, maka peneliti memberikan saran yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan. Adapun saran-saran yang diberikan peneliti sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya antara lain.

1. Bagi Bank Mandiri
 - a) Saran untuk Bank Mandiri di Surabaya, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan bagi Bank Mandiri untuk lebih meningkatkan lagi kepercayaan nasabah dan kepuasan hubungan karena keduanya dapat meningkatkan loyalitas nasabah *e-banking* di Bank Mandiri di Surabaya.

b) Berdasarkan hasil penelitian, masih ada beberapa responden yang menyatakan sangat tidak setuju bahwa kualitas layanan yang diberikan Bank Mandiri Surabaya terhadap *e-loyalty* nasabah *e-banking*, oleh karena itu sebaiknya Bank Mandiri terus melakukan perbaikan pada kualitas layanan agar nasabah tetap loyal untuk menggunakan *e-banking* Bank Mandiri

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a) Memperluas wilayah penelitian sehingga bisa memperoleh gambaran penelitian yang lebih luas.
- b) Untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal maka di sarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengambil jumlah responden yang lebih banyak serta menambahkan jumlah variabel bebas dan merubah model kerangka pemikiran dengan memasukkan mediasi kepuasan nasabah sesuai dengan penelitian Rahmat Madjid, Djumilah Hadiwidjojo, Surachman, dan Djumahir (2013)
- c) Dalam melakukan penyebaran kuesioner diharapkan saat pengisian responden mendapatkan pendampingan.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad Nurul Huda, Sri Wahyuni., “ 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*. Jakarta 2013.
- Al hazmi Addis, Emma Yulianti., “Peran Kualitas Jasa Pada Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Dan Niat Beralih Nasabah PT Pegadaian Di Surabaya”. *Journal of Business and Banking*. Surabaya. Volume 3, No. 2, November 2013, pages 165 – 176.
- Ameen, Nor ., “Factors That Influence E-Loyalty Of Internet Banking Users”. *International Journal of Electronic Commerce Studies*. Vol.3, No.2, pp.297-304, 2012
- Anahita Bagherzad Halimi, Alireza Chavosh, Sahar Hosseinikhah Chosali. “The Influence of Relationship Marketing Tactics on Customer’s Loyalty in B2C Relationship – the Role of Communication and Personalization”. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*”. 2011
- Daftar bank umum dan Bank asing dengan *e-banking* (2011). Diakses pada 1 Maret 2011 dari <http://www.citibank.co.id>
- GinYuan Lee, Chu, Chao . “Service quality, Relationship quality, and Customer loyalty in Taiwanese internet banks. *Society behavior and personality*. 2011,39(8), 1127-1140
- Henny Medyawati, Farida, Ega Hegarini . “ Model pengukuran kualitas layanan website e-banking di Indonesia”. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Inormasi*. 15-16 Juni 2012
- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam IBM SPSS 21*.Edisi 7.Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto. 2008. *Metodologi Penelitian Sistem Infomasi*. Yogyakarta : C.V Andi Offset
- Juliansyah Noor. 2011. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertai, Dan Karya Ilmiah*.Edisi 1.Jakarta : Kharisma Putra utama.

- Laila Ouhna, Soumiya Mekkaoui .” The Effect of Relationship Satisfaction in Customer Loyalty: Case Study of Morrocan Agri-Food Industries”. *International journal of Businnes and Social Science*”. Vol.4, No.11, (September 2013)
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Majalah Info Bank. 2011 . Indonesia
- Misbahuddin dan Iqbal Hasan. 2013. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik Edisi 2*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Mohsin Altaf, Amjad, Yousaf, Ghazali. “Customer Relationship Satisfaction And Relationship Improvement : Key Determinants Of Customer Loyalty”. *International journal of marketing principles and practices*. Vol.3 (November 2013)
- Naser Asgari1, Ahmadi, Mehdi, Farokhi & Farzin. “Studying the Impact of E-Service Quality on E-Loyalty of Customers in the Area of E-Banking Services”. *Journal of Management and Sustainability*. Vol. 4, No. 2; 2014
- Nurfarida Iva Nurdiana, Rita Indah Mustikowati . “Peranan Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Dalam Membangun Kepercayaan Nasabah Bank Syariah”. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*. Malang. Vol1 No.2, Tahun 2014.
- Putro Shandy Widjoyo dan Prof. Dr.Hatane Semuel, MS., Ritzky Karina M.R. Brahmana, S.E., M.A. . “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Surabaya. Vol.2, No. 1, (2014) 1-9.
- Rahmat Madjid, Djumilah Hadiwidjojo, Surachman and Djumahir. 2013. “The Role of Customer Trust and Commitment as Mediator for the Relation between Customer Satisfaction and Loyalty at Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kendari Southeast Sulawesi”. *International Journal of Business and Management Invention*. 2 (April). Pp 53-64
- Rosady Ruslan. 2010. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

- Siagian Hotlan, Edwin Cahyono . “Analisis *Website Quality, Trust Dan Loyalty Pelanggan Online Shop*”. *Jurnal Manajemen Pemasaran* . Surabaya. Vol. 8, No. 2, Oktober 2014.
- Soheila ghane, Fathian, Gholamian 2011. “Full Relationship Among E-Satisfaction, E-trust, E-Service Quality, And E-Loyalty: The Case Of Iran E-Banking”. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*. 15th November 2011. Vol. 33 No.1
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Nasabah di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
www.bi.go.id (statistik Bank Indonesia) di akses 10 September 2014.
- VanVoorhis, Carmen R. Wilson and Besty L. Morgan. 2007. *Understanding Power and Rules of Thumb for Determining Sample Size*. Vol. 3. Pp 43-50
- Zulkifli 2012. “Relationship Marketing terhadap Customer Retention dan Customer Loyalty pada nasabah Bank Mega, tbk”. *Jurnal manajemen dan akuntansi*. Malang