

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah *internet banking*. Semakin tinggi kualitas layanan maka semakin tinggi kepercayaan *nasabah internet banking*, dan sebaliknya.
2. Kepuasan berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah *internet banking*. Semakin tinggi kepuasan maka semakin tinggi kepercayaan *nasabah internet banking*, dan sebaliknya.
3. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah *internet banking*. Semakin tinggi kualitas layanan maka semakin tinggi loyalitas *nasabah internet banking*, dan sebaliknya.
4. Kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah *internet banking*. Semakin tinggi kepuasan maka semakin tinggi loyalitas *nasabah internet banking*, dan sebaliknya.
5. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah *internet banking*. Semakin tinggi kepercayaan maka semakin tinggi loyalitas *nasabah internet banking*, dan sebaliknya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bank Mandiri

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa loyalitas nasabah internet banking Mandiri dapat ditingkatkan melalui kualitas layanan dan kepuasan dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. Oleh karena itu, manajemen Bank Mandiri perlu memberikan perhatian terhadap ketiga variabel tersebut dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah internet banking.

a. Kualitas layanan

Pada penelitian ini kualitas layanan dibentuk dari lima indikator, dimana indikator tampilan *website* Bank Mandiri yang didesain secara jelas, menarik dan informatif (item X11) merupakan indikator yang paling dominan dalam membentuk kualitas layanan. Oleh karena itu, indikator tersebut perlu mendapatkan perhatian khusus dari manajemen Bank Mandiri ketika menerapkan strategi dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah internet banking dalam kaitannya dengan kualitas layanan.

b. Kepuasan

Pada penelitian ini kepuasan dibentuk dari lima indikator, dimana biaya transaksi *internet banking* Mandiri lebih murah dibandingkan bank lain (item X24) merupakan indikator yang paling dominan dalam

membentuk kepuasan nasabah internet banking. Oleh karena itu, indikator tersebut perlu mendapatkan perhatian khusus dari manajemen Bank Mandiri ketika menerapkan strategi dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah internet banking dalam kaitannya dengan kepuasan.

c. Kepercayaan

Pada penelitian ini kepercayaan dibentuk dari lima indikator, dimana secara keseluruhan nasabah bisa mempercayai layanan *internet banking* Mandiri (item Y15) merupakan indikator yang paling dominan dalam membentuk kepercayaan nasabah internet banking. Maksud dari secara keseluruhan ini adalah prinsip bisnis Bank Mandiri tidak semata-mata mencari keuntungan, namun juga bisa membantu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi nasabah, Bank Mandiri benar-benar berkomitmen untuk memenuhi kebutuhan nasabah, dan memberikan layanan sesuai janji/promosi yang ditawarkan Bank Mandiri kepada nasabah. Oleh karena itu, indikator tersebut perlu mendapatkan perhatian khusus dari manajemen Bank Mandiri ketika menerapkan strategi dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah internet banking dalam kaitannya dengan kepercayaan.

2. Agenda Penelitian di Masa Mendatang

Penelitian ini hanya melibatkan variabel kualitas layanan, kepuasan, dan kepercayaan dalam pengembangan model loyalitas nasabah *internet*

banking. Oleh karena itu, untuk penelitian di masa yang akan datang disarankan untuk mengembangkan model dengan melibatkan variabel lain, baik variabel independen maupun intervening, seperti nilai e-kualitas, e-keamanan, dan e-komitmen.

