

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pencapaian loyalitas nasabah pengguna *E-Banking* dalam konteks *E-Service Quality* dan *Customer Trust*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian menunjukkan dari tujuh hipotesis hanya 3 hipotesis yang *berpengaruh secara signifikan* yaitu :
 - a) H1=Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Information Quality* terhadap *Value*
 - b) H5=Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Value* terhadap *Satisfaction*
 - c) H6=Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Satisfaction* terhadap Loyalitas
2. Selanjutnya terdapat 4 hipotesis yang *berpengaruh tidak signifikan* yaitu :
 - a) H2=Terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara *Information Quality* terhadap *Satisfaction*
 - b) H3=Terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara *System Quality* terhadap *Value*
 - c) H4=Terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara *System Quality* terhadap *Satisfaction*

- d) H7= Terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara *Satisfaction* terhadap Loyalitas

B. Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, maka saran yang bisa diberikan adalah :

1. Secara Akademis

- A. Pada penelitian ini hanya meneliti pencapaian loyalitas nasabah pengguna *E-Banking* dalam konteks *E-Service Quality* dan *Customer Trust*. Untuk penelitian selanjutnya perlu ditambahkan lagi atas variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas nasabah pengguna *E-Banking* agar semakin sempurna adanya.
- B. Penelitian ini tidak melihat pada satu Bank atas *E-Banking* tertentu melainkan melihat pada seluruh Bank atas *E-Banking*. Karena jika melihat satu bank atas *E-Banking* akan menyulitkan peneliti untuk mencari data mengenai jumlah populasi pengguna *E-banking* tersebut karena data pada perusahaan sifatnya pribadi. Jadi diharapkan untuk penelitian selanjutnya diharapkan meneliti pada satu Bank tertentu.
- C. Untuk mencapai sebuah loyalitas, *E-Service Quality* dan *Customer Trust* merupakan variabel yang harus ada untuk mencapai hal tersebut dan dibuktikan secara empiris. Dimana *E-Service Quality* dibagi dalam 2 Variabel yaitu *Information Quality* dan *System Quality* selanjutnya *Customer Trust* dibagi dalam 2 Variabel yaitu *Value* dan *Satisfaction*.

2. Secara Manajerial

- A. Bank senantiasa mempertahankan kualitas informasi yang ada dalam segi isi, bentuk, dan waktu secara konsisten dalam memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah sehingga bank dapat mempertahankan loyalitas konsumen.
- B. Selain itu, seluruh pihak yang terlibat harus mempertahankan pelayanan dengan kualitas prima guna menjaga komitmen dengan nasabah. Sehingga dengan adanya pelayanan yang secara prima membuat nasabah puas, terlebih lagi dengan kepuasan yang ada pada setiap individu nasabah akan menciptakan rasa loyalitas terhadap perusahaan.
- C. Bank senantiasa mempertahankan komitmen yang telah dijanjikan kepada nasabahnya mulai dari jajaran manajemen hingga *frontliner*. Karena pada dasarnya bank bekerja pada prinsip kepercayaan, dengan demikian bank harus memberikan pelayanan yang terbaik dan diharapkan nasabah akan tetap loyal dan tetap menggunakan fasilitas yang ada di bank.
- D. Yang paling terpenting secara keseluruhan adalah bank harus mampu memberikan *service excellent* dengan kecepatan dan ketepannya.