

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh Kepuasan Konsumen, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen dalam menggunakan *m-banking* BCA. Kesimpulan-kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan pernyataan mengenai Kepuasan Konsumen: (1) tanggapan responden terhadap pernyataan “saya membuat keputusan yang tepat dalam menggunakan *m-banking* BCA”, secara umum menjawab Sangat Setuju, yaitu sebanyak 64 responden dengan persentase sebesar 49.2%. (2) tanggapan responden terhadap pernyataan “pengalaman saya selama menggunakan *m-banking* BCA memuaskan”, secara umum menjawab Setuju, yaitu sebanyak 73 responden dengan persentase sebesar 56.2%. (3) tanggapan responden terhadap pernyataan “secara umum, saya puas ketika menggunakan *m-banking* BCA dalam bertransaksi”, secara umum menjawab Setuju, yaitu sebanyak 72 responden dengan persentase sebesar 55.4%. (4) tanggapan responden terhadap pernyataan “secara umum, saya terkesan dengan pelayanan dalam aplikasi *m-banking* BCA”, secara umum menjawab Setuju, yaitu sebanyak 64 responden dengan persentase sebesar 49.2%.
2. Berdasarkan pernyataan mengenai Kepercayaan: (5) tanggapan responden terhadap pernyataan “saya berpikir bahwa *m-banking* BCA selalu memenuhi komitmen”, secara umum menjawab Setuju, yaitu sebanyak 63 responden dengan persentase 48.5%. (6) tanggapan responden terhadap pernyataan “saya

berpikir bahwa desain dan penawaran *m-banking* BCA memenuhi kebutuhan penggunanya”, secara umum menjawab Setuju, yaitu sebanyak 74 responden dengan persentase sebesar 56.9%. (7) tanggapan responden terhadap pernyataan “saya berpikir *m-banking* BCA memperhatikan kepentingan sekarang dan masa depan penggunanya”, secara umum menjawab Setuju, yaitu sebanyak 60 responden menjawab setuju dengan persentase sebesar 46.2%. (8) tanggapan responden terhadap pernyataan “saya berpikir *m-banking* BCA mengenal penggunanya dengan baik untuk menawarkan produk dan layanan sesuai dengan kebutuhan”, secara umum menjawab Setuju, yaitu sebanyak 66 responden dengan persentase sebesar 50.8%.

3. Berdasarkan pernyataan mengenai Loyalitas Konsumen: (9) tanggapan responden terhadap pernyataan “saya akan terus menggunakan *m-banking* BCA di masa depan”, secara umum menjawab Setuju, yaitu sebanyak 63 responden dengan persentase sebesar 48.5%. (10) tanggapan responden terhadap pernyataan “saya memprediksi bahwa saya akan terus menggunakan *m-banking* BCA di masa depan”, secara umum menjawab Setuju, yaitu sebanyak 60 responden dengan persentase sebesar 46.2%. (11) tanggapan responden terhadap pernyataan “kemungkinan saya akan terus menggunakan *m-banking* di masa depan”, secara umum menjawab Setuju, yaitu sebanyak 60 responden dengan persentase 46.2%.
4. Terdapat pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen sebesar 39.8%.
5. Terdapat pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen sebesar 41.2%

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti akan memberikan saran kepada BCA selaku perusahaan yang bergerak dibidang jasa, yaitu:

1. Implikasi bagi Perusahaan
 - a. BCA perlu meningkatkan pelayanan ketika melayani konsumen, baik itu keluhan yang baik maupun keluhan buruk, karena pelayanan yang bagus akan membuat konsumen merasa nyaman dan puas ketika datang ke kantor BCA.
 - b. BCA perlu membangun kepercayaan diantara konsumen, agar konsumen merasa aman ketika ingin menabung, bertransaksi, dan lainnya di BCA itu sendiri. Menjalin hubungan yang baik dengan konsumen, dapat membuat konsumen loyal dan percaya kepada Bank.
 - c. Memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Memberikan penawaran yang menguntungkan pada konsumen berupa hadiah atau voucher yang dapat digunakan untuk bertransaksi.

2. Implikasi bagi Penelitian Selanjutnya

Implikasi manajerial bagi penelitian selanjutnya, diharapkan peneliti dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi Loyalitas Konsumen, seperti misalnya kualitas layanan, promosi dan lain-lain. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas populasi dan sampel, sehingga dapat mencakup konsumen secara lebih luas.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih sangat memiliki banyak keterbatasan. Adapun keterbatasan ini, diharapkan dapat melakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel yang masih sedikit, diharapkan untuk penelitian lebih lanjut variabel dapat ditambahkan baik didalam variabel X maupun variabel Y.
2. Penelitian ini hanya mengambil sampel dalam ruang lingkup yang masih kecil, yaitu mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha yang merupakan nasabah di BCA yang menggunakan m-banking. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat memperluas sampel untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.
3. Data tidak berdistribusi normal, sehingga tidak bisa di generalisasi untuk sampel yang sama.

