

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan data analisis dan hasil pembahasan di bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Analisis deskriptif memberikan gambaran untuk kategori gambaran responden ( $\bar{X} Ps-p$ ). Melalui penelitian ini diperoleh hasil kategori gambaran responden berikut ini.
  - a. Variabel kepercayaan yaitu sebesar 69,6% atau persepsi nasabah terhadap kepercayaan dalam kategori baik, yang menolak hipotesis yang telah dibuat sebelumnya yaitu persepsi nasabah akan variabel kepercayaan cukup baik.
  - b. Variabel kemudahan sebesar 75,2% atau persepsi nasabah akan kemudahan dalam kategori baik. Hal ini menolak hipotesis yang telah dibuat sebelumnya yaitu persepsi nasabah akan variabel kemudahan cukup baik.
  - c. Variabel risiko sebesar 76,1% atau persepsi nasabah akan risiko dalam kategori baik. Hasil penelitian menolak hipotesis yang telah dibuat sebelumnya yaitu persepsi nasabah akan variabel risiko cukup baik.
  - d. Variabel loyalitas nasabah 76,6% atau gambaran nasabah akan loyalitas nasabah dalam penggunaan aplikasi *m-banking* di Kota Kupang baik. Hasil penelitian menolak hipotesis yang telah dibuat

sebelumnya yaitu gambaran konsumen akan variabel loyalitas nasabah dalam penggunaan aplikasi *m-banking* di Kota Kupang cukup baik.

2. Variabel kepercayaan ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y) dalam penggunaan aplikasi *m-banking* di Kota Kupang. Jika dibandingkan dengan hipotesis yang dibuat, maka hipotesis dalam penelitian ini terbukti.
3. Variabel kemudahan ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y) dalam penggunaan aplikasi *m-banking* di Kota Kupang. Jika dibandingkan dengan hipotesis yang dibuat, maka hipotesis dalam penelitian ini terbukti.
4. Variabel risiko ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y) dalam penggunaan aplikasi *m-banking* di Kota Kupang. Jika dibandingkan dengan hipotesis yang dibuat, maka hipotesis dalam penelitian ini tidak terbukti.
5. Variabel kepercayaan ( $X_1$ ), Kemudahan ( $X_2$ ) dan risiko ( $X_3$ ) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y) dalam penggunaan aplikasi *m-banking* di Kota Kupang. Jika dibandingkan dengan hipotesis yang dibuat, maka hipotesis dalam penelitian ini terbukti.
6. Hasil Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 54,50% yang merupakan kontribusi dari variabel kepercayaan, kemudahan, dan risiko, sedangkan 45,50% sisanya dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Kepada pihak Bank tetap menjaga kepercayaan dari nasabah agar tidak terjadi kecurangan atau penipuan sehingga dapat mencegah dan mengurangi rasa keraguan nasabah saat menggunakan aplikasi *m-banking* untuk bertransaksi.
2. Kepada pihak Bank di minta untuk kedepannya selalu melakukan pengembangan dan pemeliharaan kemudahan layanan *m-banking* yang semakin baik lagi sehingga nasabah lebih mudah untuk bertransaksi.
3. Kepada pihak Bank di minta untuk kedepannya dapat meminimalisir risiko yang mungkin sering diterima oleh nasabah seperti gangguan jaringan dan pembobolan data nasabah sehingga tidak menimbulkan rasa takut saat menggunakan aplikasi *m-banking* untuk melakukan transaksi.
4. Bagi Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah, sebab penelitian yang mencakup lebih banyak variabel akan dapat menghasilkan kesimpulan yang lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Alma, Buchari. 2013. “*Manajemen Pemasaran dan Manajemen Jasa*”. Bandung: Alfabeta.
- Dharmmesta, Basu Swastha dan Handoko Hani 2000; *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : Liberty.
- Ferdinand, Augusty. 2000. *Manajemen Pemasaran : Sebuah Pendekatan Strategik*, Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang.
- Herlambang, Susatyo. 2014. “*Basic Marketing (Dasar-Dasar Marketing) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*”. Yogyakarta: Gosyeng Publihsing
- Jasfar, Farida. 2009. *Manajemen Jasa, Pendekatan Terpadu*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Kotler Philip. 2002. “*Marketing Management*”. New Jersey: Prentice-Hall. The Millenium Edition. Hendra Teguh Ronny A. Rusli, dan Benyamin Molan (Penerjemah) 2002. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Edisi Millenium, Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler Philip and Amstrong Garry. 2012. *Fundamentals Of Management. Edition 14*. New Jersey: Prentice Hall. Bob Sabran (Penerjemah) 2014. *Dasar-Dasar Manajemen*, Edisi 14 Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler Philip and Amstrong Garry. 2014. *Principle Of Marketing. Edition 15*. New Jersey: Prentice Hall Bob Sabran (Penerjemah) 2014. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 15 Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Levis, Leta Rafael. 2013. *Metode Penelitian Perilaku Petani*. Maumere:Penerbit Ledalero
- Mowen, Jhon C, and Minor, Michael. 2002, *Consumer Behavior*. Pearson Education. New York. Lina Salim (Penerjemah), (2005). *Perilaku Ekonomi*. Erlangga. Jakarta.
- Riduwan. 2004. *Metode & Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Consumer Behavior. 7<sup>th</sup> Edition*. Printice Hall, New York. Zoekifli Kasip (Penerjemah). 2010. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua, Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta. <https://id.id1lib.org/book/5686376/9d6534>
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan*. Penerbit : Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono Fandy. 2011. *Manajemen Strategi Merek*. Andi Offset, Edisi 1 Yogyakarta
- Tjiptono Fandy. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi
- Wibowo, Lili dan Adi & Priansa, Donni Juni. 2017. *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta

#### **Jurnal, Skripsi dan Tesis:**

- Afgani Faqih Moh dan Yulianti Emma. 2016. *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking di Bank BRI Surabaya*.
- Ardani One Lis Andri dan Sari Kemala Reno Putri. 2021. *Pengaruh Word Of Mouth, Persepsi Resiko dan Pictorial Warning Terhadap Minat Beli Konsumen*.
- Auliani, Nur. 2008. *Analisa Pengaruh Kepercayaan dan Risiko terhadap Minat Nasabah Bank dalam Menggunakan Layanan Mobile banking*, Skripsi Sarjana Strata I, tidak diterbitkan, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Bahrowi, Imam. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Nad-Nad Distro di Kabupaten Tulungagung The Influence of Service Quality , Price , Location on Purchase Determination at Nad-Nad Distro in Tulungagung Regency*. 01(02), 1–12.
- Dakhi Damiani, Duhu Timotius dan Fau Halowo Samanoi. 2021, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pada UD. Desta Jaya Hilisimaetano*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan.
- Darwin Steven dan Kunto .Y. Sondang. 2014. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia-Surabaya*, Jurnal Manajemen Pemasaran.
- Fadlan Abi, dan Dewantara Yudhi Rizki. 2018. *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Universitas Brawijaya Malang.

- Fauzi Bustan Donny, Tanuwijaya Haryanto dan Wulandari Eko Hariani Sri. 2016. *Perencanaan Manajemen Resiko, Pengadaan Proyek IT Menggunakan ISO 31000 pada PT. Pelabuhan Indonesia III.*
- Farizi Hadyan dan Syaefullah. 2016. *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya,*
- Hadi Syamsul dan Novi. 2015. *”Faktor- faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking”.*
- Hanafi Iqbal Moh 2020. *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kemudahan dan Resiko Terhadap Minat Beli Via Online ButuhBaju.com. Jurnal Manajemen dan Start-Up .*
- Ilmiayah Khafidatul dan Krishernawan Indra. 2020. *Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Mojokerto. Jurnal Manajemen Program Studi Manajemen STIE Sultan Agung.*
- Indah Rosa Dewi. 2016. *Pengaruh E-Banking Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank BNI’46 Cabang Langsa. Jurnal Manajemen dan Keuangan.*
- Jannah Roudlotul. 2021. *Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Konsumen Berbelanja di Shopee.*
- Kusuma Landy Noviana, 2019. *Pengaruh Keamanan, Kepuasan, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Mobile Banking Bank BNI Syariah. (Studi Kasus di Wilayah Jakarta Selatan dan Jakarta Barat).*
- Murni Hajijah Chusnul. 2020. *Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Online Shop di Indonesia.*
- Nainggolan Pitri Nora. 2018. *Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Great Seasons Tours and Travel di Kota Batam.*
- Nisa Amalun Harum, Farida Naili dan Dewi Shinta Reni. 2013. *Pengaruh Kepercayaan Merek, Switching Cost dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen. (Studi pada Pengguna Nokia pada Mahasiswa FISIP Universitas Diponegoro angkatan 2010-2012).*
- Riadi Muchlisin. 2021. *Loyalitas Konsumen (Pengertian, Karakteristik, Jenis, Tingkat dan Indikator)*

- Rinaldy , Indah Mayasari, Permana Honeyta Lubis, and Sorayanti Utami.2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking BNI di Banda Aceh Dengan kepercayaan Nasabah, Kepuasan Nasabah, Komitmen Nasabah, dan Nilai Nasabah Sebagai Variable Mediasi." Jurnal Perspektif dan Manajemen Perbankan,
- Surya M. Hadisa dan Trustorini Handayani 2019. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Penggunaan E-Commerce Terhadap Kinerja Usaha (Survey pada Pengusaha Resto & Café Pengguna POS di Kota Bandung)* BAB III. In *elibrary.unikom.ac.id*. Universitas Komputer Indonesia.
- Tiana Maret Ika, Prihatiningrum Yulianti RR , Rifani Ahmad. 2019. *Pengaruh Benefits Offered Aplikasi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah, Kepercayaan, Loyalitas dan Positive Word of Mouth (WOM)*. *Journal of Applied Business and Economic*.
- Widyawati Nurul. 2016. *Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen serta Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen di Hotel Zakiah Medan*.
- Yoni Permata Nadia. 2020. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Resiko dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking Bank BNI Syariah Kantor Cabang Kota Madiun*

**Website:**

<https://databoks.katadata.co.id/>

<https://www.kajianpustaka.com/2021/01/loyalitas-konsumen.html>

<https://repository.ar.raniry.ac.id/id/eprint/10547>