

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, faktor situasional, dan kemudahan terhadap loyalitas nasabah pengguna aplikasi Byond di Kecamatan Selebar Kota Bengkulu, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pengguna aplikasi Byond. Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan koefisien regresi sebesar 0,609. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, seperti kecepatan layanan, keamanan transaksi, kemudahan akses, serta kemampuan dalam menangani keluhan nasabah, maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah dalam menggunakan aplikasi Byond. Kualitas pelayanan menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi loyalitas nasabah.
2. Terdapat pengaruh situasional terhadap loyalitas nasabah pengguna aplikasi Byond. Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,030 < 0,05$ dengan koefisien regresi sebesar 0,089. Temuan ini mengindikasikan bahwa kondisi tertentu yang dialami nasabah, seperti kebutuhan transaksi yang cepat, keterbatasan waktu, kemudahan akses layanan digital, dan perkembangan teknologi, mampu mendorong nasabah untuk tetap menggunakan aplikasi Byond secara berkelanjutan.
3. Terdapat pengaruh kemudahan penggunaan terhadap loyalitas nasabah pengguna aplikasi Byond. Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ dengan koefisien regresi sebesar 0,103. Hal ini berarti bahwa semakin mudah aplikasi Byond

digunakan, baik dari segi tampilan, fitur, proses transaksi, maupun akses layanan, maka semakin tinggi loyalitas nasabah dalam memanfaatkan aplikasi tersebut untuk kebutuhan perbankan sehari-hari.

4. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan, faktor situasional, dan kemudahan penggunaan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pengguna aplikasi Byond. Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga seluruh variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,619 menunjukkan bahwa 61,9% variasi loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, faktor situasional, dan kemudahan penggunaan, sedangkan sisanya sebesar 38,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Bank Syariah Indonesia (BSI), diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan pada aplikasi Byond, terutama terkait kecepatan transaksi, keamanan sistem, respons terhadap keluhan nasabah, serta stabilitas layanan digital. Mengingat kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi loyalitas nasabah, maka peningkatan kualitas layanan perlu menjadi prioritas utama dalam pengembangan aplikasi Byond.
2. Bagi Pengelola Aplikasi Byond, diharapkan terus melakukan inovasi dan pengembangan sistem agar aplikasi semakin mudah digunakan oleh seluruh kalangan nasabah. Penyederhanaan tampilan antarmuka, peningkatan kemudahan navigasi fitur, serta

optimalisasi performa aplikasi akan membantu meningkatkan kenyamanan pengguna dan memperkuat loyalitas nasabah dalam jangka panjang.

3. Bagi Nasabah, diharapkan dapat memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia pada aplikasi Byond secara optimal untuk mendukung aktivitas transaksi perbankan yang lebih efektif, efisien, dan aman. Selain itu, nasabah juga diharapkan memberikan masukan dan umpan balik kepada pihak bank guna mendukung peningkatan kualitas layanan digital yang lebih baik.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi loyalitas nasabah, seperti kepercayaan, kepuasan nasabah, keamanan transaksi, citra perusahaan, promosi, maupun kualitas sistem informasi. Selain itu, penelitian dapat dilakukan pada wilayah yang lebih luas atau menggunakan metode penelitian yang berbeda agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif dan mampu memperkaya kajian mengenai loyalitas nasabah pada layanan perbankan digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Bharmawan, A. S., & Hanif, N. (2022). *Manajemen pemasaran jasa: strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan*. Scopindo Media Pustaka.
- Elwardah, Khairiah, 'Pendampingan Literasi Penggunaan Mobile Banking Syariah Pada Masyarakat Desa Air Buluh Kecamatan Ipuh Kabupaten Mukomuko', *Jurnal Kenduri: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4.1 (2019), 25–28
- Rizkya, Y. A. (2024). *Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Pada Aplikasi E-Banking Bank Syariah Indonesia (Bsi) Mobile Dengan E-Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Nasabah BSI di Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Astuti, O. T., & Hasyim, F. (2023). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Loyalty Pada Aplikasi Elektronik Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (Bsi) Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening* (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).
- Rofiah, C., & Wahyuni, D. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1).
- Rizkya, Y. A. (2024). *Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Pada Aplikasi E-Banking Bank Syariah Indonesia (Bsi) Mobile Dengan E-Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Nasabah BSI di Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Fathin, A. R. (2024). *Strategi Konversi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Arthaaceh Sejahtera Dalam Merespon Qanun No. 11 Tentang Lembaga Keuangan Syariah Di Aceh dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Ar-raniry).
- Purnama, C., Rahmah, Z. Z., Fatmah, D., Rahmah, M., Hasani, S., Rahmah, Y., & Mutfarida, B. (2024). Investigasi Peran Temporal Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Pada Bank Syariah Indonesia. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(2), 390-400.

- Hidayat, M. R. (2022). Analisis E-Servqual Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Pada Aplikasi Bsi Mobile. *Dialektika: Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 7(1), 63-72.
- Seke, P. C., Tumbel, T. M., & Mukuan, D. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Aplikasi Pegadaian Digital Cabang Megamas Kota Manado. *Productivity*, 3(3), 234-239.
- Safitri, A., Kusumastuti, E., & Haryanti, T. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Purwokerto). *Jurnal Pustaka Aktiva (Pusat Akses Kajian Akuntansi, Manajemen, Investasi, Dan Valuta)*, 2(1), 12-20.
- Wardi, Y., Engriani, Y., & Putra, R. S. (2019). Pengaruh es-qual terhadap loyalitas menggunakan aplikasi gojek pada masyarakat kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 8(2), 48-54.
- Purwanto, A. (2022). The Role of Digital Leadership, e-loyalty, e-service Quality and e-satisfaction of Indonesian E-commerce Online Shop. *International Journal of Social and Management Studies*, 3(5), 51-57.
- Habibah, A. N., Sa'diyah, K., & Ilham, M. (2023). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Loyalty pada Aplikasi E-Banking Bank Syariah Indonesia (BSI). *Jurnal Manajemen Dakwah*, 1(2), 99-112.
- Purnama, P. M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Wedding Organizer Di Kota Prabumulih. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 140-152.
- Hilman, A. P. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Lontar Media Digital Printing Semarang)* (Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Sciences).
- Rofiah, C., & Wahyuni, D. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1).

- Yunaida, E. (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan Unsam*, 6(2), 798-807.
- Billyarta, G. W., & Sudarusman, E. (2021). Pengaruh kualitas layanan elektronik (e-servqual) terhadap kepuasan konsumen pada market place shopee di sleman diy. *Jurnal Optimal*, 18(1), 41-62.
- Naibaho, H. E. (2023). Pengaruh Iklan, Persepsi Harga, Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Online Travel Agent Traveloka Pada Masyarakat Di Kota Medan.
- Astuti, O. T., & Hasyim, F. (2023). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Loyalty Pada Aplikasi Elektronik Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (Bsi) Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening* (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).
- Karundeng, M. E., Tamengkel, L. F., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Benteng Resort Batu Putih. *Productivity*, 2(6), 511-517.
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal ilmu manajemen terapan*, 3(1), 104-114.
- Hasan, A., Ag, M., Thalib, H. A. H., & SE, M. *Pengaruh manajemen kesan dan tingkat kepuasan terhadap citra perbankan berdampak kepada loyalitas nasabah bank syariah (studi kasus Bank Syariah Indonesia area kebon jeruk)* (Master's thesis, FEB UIN Jakarta).
- Sembiring, I. J. (2014). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan (Studi pada pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Suendri, S. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Layanan Administrasi Fakultas Sains Dan Teknologi UIN Sumatera Utara Selama Masa Pandemi Covid-19.
- Creswell, J.W. & Creswell, J.D. (2018). *Desain Penelitian: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Metode Campuran* (Edisi ke-5). Los Angeles: SAGE Publications.

- Etikan, I., & Bala, K. (2017). Pengambilan sampel dan metode pengambilan sampel. *Biometrics & Biostatistics International Journal*, 5(6), 00149. <https://doi.org/10.15406/bbij.2017.05.00149>
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2019). *Analisis Data Multivariat* (Edisi ke-8). Cengage Learning.
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2016). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keterampilan* (Edisi ke-7). Inggris: Wiley.
- Neuman, W.L. (2014). *Metode Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif* (Edisi ke-7). Boston: Pearson.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

