

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat ditarik seperti yang dijelaskan berikut ini:

1. Berdasarkan hasil uji regresi parsial (uji t), Pengaruh antara *e-service quality*, *risk*, dan *brand equity* terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan fitur *cashless* pada *mobile banking* BSI adalah sebagai berikut:
 - a) *E-service quality* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan fitur *cashless* pada *mobile Fbanking* BSI.
 - b) *Risk* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan fitur *cashless* pada *mobile banking* BSI.
 - c) *Brand equity* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan fitur *cashless* pada *mobile banking* BSI.
2. Berdasarkan hasil uji regresi simultan (uji F), secara bersama-sama (simultan) terdapat pengaruh antara variabel *e-service quality*, *risk*, dan *brand equity* terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan fitur *cashless* pada *mobile banking* BSI.

3. Besarnya pengaruh variabel *e-service quality*, *risk*, dan *brand equity* terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan fitur *cashless* pada *mobile banking* BSI didapatkan nilai R Square (uji koefisien determinasi) sebesar 63,8% sehingga dapat dikatakan bahwa sebesar 63,8% loyalitas nasabah dalam menggunakan fitur *cashless* pada *mobile banking* BSI dipengaruhi oleh *e-service quality*, *risk*, dan *brand equity* dan sisanya sebesar 36,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel *e-sevice quality* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan fitur *cashless* pada *mobile banking* BSI, sedangkan variabel *risk* dan *brand equity* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan fitur *cashless* pada *mobile banking* BSI. Namun, peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan, oleh karena itu ada beberapa saran sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga Perbankan Syariah
 - a. *E-service quality* memiliki hasil yang tidak berpengaruh terhadap loyalitas. Namun, meskipun *e-service quality* ini tidak berpengaruh

- terhadap loyalitas, maka disarankan bagi Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk tetap terus meningkatkan kualitas pelayanan elektronik yang terdapat pada BSI *mobile*, seperti sistem aplikasi yang lebih ditingkatkan lagi agar tidak terjadi *error*, lambat atau lainnya agar nasabah senantiasa tetap setia menggunakan aplikasi BSI *mobile* tersebut.
- b. *Risk* memiliki hasil yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, sehingga risiko yang terdapat pada BSI *mobile* harus tetap terus di *minimalisir* agar tidak terjadi hal-hal yang merugikan para nasabahnya, maka diharapkan kepada pihak bank untuk lebih meningkatkan keamanan pada aplikasi BSI *mobile* agar nasabah tetap setia menggunakan *mobile banking* BSI.
- c. *Brand equity* memiliki hasil yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, maka bagi Bank Syariah Indonesia (BSI) disarankan untuk terus berupaya memperbaiki, meningkatkan, dan memberikan informasi tentang kualitas pada *mobile banking* BSI kepada nasabah, diantaranya dengan mengadakan acara-acara yang melibatkan nasabah, atau dengan menjadi sponsor pada acara yang diselenggarakan oleh instansi lainnya, sehingga nasabah juga akan

tetap terus dan setia menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI).

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar untuk penelitian selanjutnya, dan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti topik yang sama diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan cara menambahkan variabel lain seperti kemanfaatan, kemudahan, kepercayaan atau variabel lainnya yang belum diteliti penulis yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menggunakan fitur *cashless* pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI), menambahkan teori-teori, dan menggunakan metode yang lain.