

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Data menunjukkan kepuasan nasabah yang menilai layanan internet banking di Bank Syariah Indonesia dengan penilaian baik dan sangat baik sehingga menunjukkan indikasi kepuasan dari nasabah. Berdasarkan data yang peneliti peroleh disesuaikan dengan 3 dimensi internet banking Menurut Clarke (2009), dalam tipe layanan *transactional web* ini kepuasan nasabah dipengaruhi oleh variable **kemudahan** (*easy of use*) sehingga mendapatkan respon sangat baik dari nasabah yang membuktikan tingkat kepuasan nasabah. Sedangkan Berdasarkan Zeithamel dan M.J Bitner (1996) dalam Umar (2005:446), dalam 5 dimensi kualitas jasa ditemukan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi variabel **keandalan** (*reliability*) dan **jaminan** (*assurance*) dalam pelayanan internet banking pada data diatas, dimana nasabah mendapatkan kenyamanan dan

keamanan dalam bentuk kemudahan ketika melakukan *transactional web*.

2. Berdasarkan hasil wawancara didapatkan bahwa variabel *Reliability* (keandalan) sangat memengaruhi tingkat kepuasan nasabah, internet yang cepat tanggap (*responsiveness*) serta terjamin (*assurance*) selalu menjadi andalan nasabah untuk menggunakan layanan internet banking menjadi indikasi bahwa internet banking mencakup 3 hal dalam 5 dimensi kepuasan nasabah. Sehingga berdasarkan Zithamel dan M.J Bitner maka layanan internet banking sangat memberikan pengaruh sebagai faktor tingkat kepuasan nasabah.
3. Layanan internet banking Bank Syariah KCP Serang memberikan tipe layanan **Information web** dan **Transactional web**. Dalam 3 dimensi internet banking menurut Clarke (2009) layanan internet banking Bank Syariah Indonesia KCP Serang memberikan **kemudahan** (*easy of use*) dalam penggunaannya oleh nasabah, memberikan **kepercayaan** (*trust*) serta memberikan **kualitas informasi** (*information quality*) dengan sangat baik dan

dapat memenuhi segala kebutuhan nasabah dalam beberapa aspek dan mendapatkan respon sangat baik dari para nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Serang. Dalam 5 dimensi tingkat kepuasan nasabah menurut Zeithamel dan M.J Bitner (1996) dalam Umar (2005:446). Didapatkan korelasi antara **ketanggapan** (*responsiveness*), **keandalan** (*reliability*) dan **keterjaminan** (*assurance*) menjadi variable yang memengaruhi tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan internet banking.

B. Saran

4. Untuk para nasabah diharapkan sebelum menggunakan layanan internet banking untuk terlebih dahulu mencari tahu kegunaannya agar tidak terjadi kesalahan dalam melakukan transaksi atau pembayaran melalui internet banking, karena tetap ada risiko dalam layanan internet banking. Hal itu harus diketahui terlebih dahulu untuk dapat menghindari hal-hal yang tidak diinginkan.