

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan uji hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, secara keseluruhan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji analisis linear berganda, hasil pengujian variabel *E-Service Quality* dapat dilihat bahwa nilai signifikansinya yaitu sebesar  $0,025 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam pengujian secara regresi linier berganda variabel *E-Service Quality* (X1) tidak memiliki pengaruh terhadap *E-Customer Loyalty* (Y). Namun, jika dilihat dari hasil uji t pada variabel *E-Service Quality* (X1) diperoleh nilai sign.  $< 0,05$  yaitu sebesar  $0,001 < 0,05$ , dan nilai thitung  $>$  ttabel yaitu sebesar  $9,256 > 1,985$ . Maka artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan dari kedua hasil tersebut bahwa variabel *E-Service Quality* (X1) secara parsial memiliki pengaruh namun bernilai negatif terhadap *E-Customer Loyalty* (Y).
2. Berdasarkan hasil uji t pada variabel *E-Customer Relationship Management* (X2) diperoleh nilai sign.  $< 0,05$  yaitu sebesar  $0,001 < 0,05$ , dan nilai thitung  $>$  ttabel yaitu sebesar  $10,687 > 1,985$ . Maka artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *E-Customer Relationship Management* (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap *E-Customer Loyalty* (Y).
3. Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar 62.164 dengan taraf signifikansi sebesar 0,001. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai Ftabel yang dihitung pada derajat bebas penyebut (df penyebut) sebesar 97 pada taraf 0,05 yang nilainya adalah 3,09. Tampak sangat jelas bahwa nilai fhitung (62.164) lebih besar dari Ftabel (3,09). Artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *E-Service Quality* (X1) dan *E-Customer Relationship Management* (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap *E-Customer Loyalty* (Y).

## B. Saran

### 1. Saran untuk Akademis

Bagi lembaga akademik, khususnya IAIN Syekh Nurjati Cirebon, diharapkan penelitian ini dapat menambah informasi dan bahan referensi dalam penelitian yang berkaitan dengan *e-service quality*, *e-customer relationship management*, dan *e-customer loyalty* khususnya pada Mahasiswa/i IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Bagi peneliti selanjutnya, khususnya dalam kajian yang sama, diharapkan mampu menjadikan penelitian ini sebagai referensi dan dapat menambah variabel yang mungkin dapat berdampak lebih besar terhadap loyalitas nasabah sehingga penelitian selanjutnya dapat lebih baik dari sebelumnya dikarenakan penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan yang perlu untuk diperbaiki kedepannya.

### 2. Saran untuk Perusahaan

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran yang diharapkan bermanfaat bagi perusahaan yang bersangkutan atau pihak lain yang membutuhkannya. Hendaknya penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan dapat menjadi acuan untuk peningkatan aplikasi *mobile banking* BSI kedepannya. Pihak perusahaan juga dapat meningkatkan aspek-aspek pada variabel digitalisasi, yang mana dalam penelitian ini memiliki pengaruh paling kecil diantara ketiga variabel agar nasabah dapat semakin memiliki rasa loyalitas terhadap BSI Mobile.