

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian, maka dapat disimpulkan yaitu sebagai berikut:

1. Dalam variabel penelitian promosi, variabel ini memberikan pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna BSI mobile. Hal ini ditunjukkan pada hasil uji signifikansi parsial atau uji t yang menyatakan t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2.562 > 1.989$ dan nilai signifikansinya $0,012 < 0,05$ atau nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Besaran pengaruh sebesar 32,3% yang dapat dilihat dari nilai betanya yaitu 0,323.
2. Dalam variabel penelitian persepsi kemudahan, variabel ini tidak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI mobile. Hal ini ditunjukkan pada hasil uji signifikansi parsial atau uji t yang menyatakan t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $0,686 < 1.989$ dan nilai signifikansinya $0,495 > 0,05$ atau nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Besaran pengaruh sebesar 7% yang dapat dilihat dari nilai betanya yaitu 0,070.
3. Dalam variabel penelitian kualitas layanan, variabel ini memberikan pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI mobile. Hal ini ditunjukkan pada hasil uji signifikansi parsial atau uji t yang menyatakan t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $5.669 > 1.989$ dan nilai signifikansinya $0,0 < 0,05$ atau nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Besaran pengaruh sebesar 73,9% yang dapat dilihat dari nilai betanya yaitu 0,739.
4. Dalam pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dengan hasil uji koefisien determinasi (uji r^2), diketahui bahwa nilai *R Square* adalah sebesar 0,666 atau 66,6%. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh sebesar 66,6% dari variabel independen promosi (X1), persepsi kemudahan (X2), dan kualitas layanan (X3) terhadap loyalitas nasabah (Y). Hal ini juga menunjukkan bahwa jumlah sisanya diengaruhi variabel lain.

B. Saran

Bedasarkan hasil penelitian dalam hal meningkatkan loyalitas nasabah pengguna BSI mobile perlu di tingkatkan lagi. Peningkatan yang harus dilakukan adalah dengan meningkatkan promosi, memberikan kemudahan dan memberikan kualitas layanan pada BSI mobile. Dengan memberikan berbagai peningkatan akan sangat berdampak pada loyalitas nasabah. Pada penelitian ini responden berfokus pada mahasiswa tentunya sebagian besar mahasiswa akan senang jika pihak bank untuk meningkatkan lagi promosinya seperti melakukan kerjasama antara pihak bank dengan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) atau *e-commerce* seperti shopee, tokped maupun lazada dalam memberikan diskon untuk berbagai produk dengan menggunakan layanan pembayaran BSI mobile. Di samping promosi, faktor kemudahan juga sangat penting untuk ditingkatkan oleh pihak bank, dimana pihak bank tidak mempersulit untuk melakukan transaksi dan BSI mobile di jadikan platform yang mudah untuk dipelajari dan digunakan. Dengan adanya kemudahan tentu harus di sertai kualitas layanan yang mumpuni, peningkatan dalam hal layanan pada BSI mobile harus terus dilakukan agar meningkatkan daya saing antar bank.