

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa sebagai berikut:

1. Variabel Layanan *Digital Banking* secara parsial nilai t_{hitung} 2.503 > t_{tabel} 1.98580 dan nilai signifikansi $0,014 < 0,05$ yang artinya terdapat pengaruh signifikan variabel Layanan *Digital Banking* terhadap Loyalitas Nasabah Generasi Z di Kota Cirebon. Hal ini disebabkan oleh kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan layanan *digital banking* kepada nasabah Generasi Z Kota Cirebon, yang telah terbiasa dengan teknologi digital. Keamanan informasi pribadi yang terjaga juga berperan penting dalam memperkuat loyalitas nasabah. Dengan layanan yang aman, mudah diakses, dan sesuai dengan kebutuhan generasi muda, digital banking mampu membangun hubungan yang lebih erat dan meningkatkan loyalitas.
2. Variabel *Brand Image* secara parsial yaitu $7,743 > 1.98580$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$, menunjukkan bahwa *Brand Image* Perbankan Syariah berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah BSI Generasi Z di Kota Cirebon. Hal ini karena citra yang dibangun mencerminkan nilai-nilai syariah seperti keadilan, transparansi dan bebas riba yang sejalan dengan prinsip hidup mereka.
3. Variabel Layanan *Digital Banking* dan *Brand Image* secara simultan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $71,536 > 3,09$, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka Layanan *Digital Banking* dan *Brand Image* Perbankan Syariah berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Generasi Z di Kota Cirebon. Hal ini dipengaruhi oleh kombinasi layanan perbankan digital yang menyediakan kemudahan, keamanan, dan kenyamanan, serta citra merek yang membentuk persepsi positif di kalangan nasabah. Kedua faktor ini bersatu untuk menciptakan

pengalaman perbankan yang lebih baik, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas nasabah Generasi Z di Kota Cirebon.

4. Hasil Uji Koefisien Determinasi menunjukan Adjusted R Square pada model regresi adalah 0,606. Artinya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen 60,6% sedangkan sisanya 39,4% (100% - 60,6%) dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, berikut saran yang diberikan:

1. Dengan terbukti bahwa layanan perbankan digital memiliki dampak signifikan terhadap loyalitas nasabah Gen Z di Kota Cirebon, penting bagi bank BSI untuk terus mengembangkan fitur-fitur yang memudahkan transaksi serta meningkatkan kenyamanan pengguna. Upaya ini bisa meliputi peningkatan keamanan aplikasi, kemudahan akses, serta inovasi fitur yang sesuai dengan kebutuhan Generasi Z Kota Cirebon.
2. Dengan terbukti *Brand Image* Perbankan Syariah memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap loyalitas nasabah Generasi Z Kota Cirebon, perannya tetap sangat penting dalam membentuk kepercayaan dan daya tarik suatu bank. Untuk memperkuat citra merek, bank BSI dapat meluncurkan kampanye pemasaran yang relevan di platform digital, menyediakan layanan yang responsif dan profesional, serta menunjukkan komitmen terhadap nilai-nilai seperti keandalan, inovasi, dan modernitas yang sejalan dengan prioritas Generasi Z Kota Cirebon.
3. Karena layanan *Digital Banking* dan *Brand Image* saling mempengaruhi loyalitas nasabah, bank perlu mengintegrasikan keduanya dalam strategi yang komprehensif. Salah satu cara untuk mencapai hal ini adalah dengan mempromosikan layanan perbankan digital sebagai bagian dari komunikasi merek, sehingga nasabah merasa bahwa layanan tersebut mencerminkan nilai-nilai positif dari bank.

Selain itu, bank BSI harus menyesuaikan strategi mereka dengan karakteristik Generasi Z Kota Cirebon, yang tumbuh di era teknologi digital. Fokus dapat ditujukan pada penggunaan media sosial untuk berinteraksi dan beriklan, menawarkan program loyalitas yang menarik, serta mengedukasi nasabah tentang literasi keuangan digital. Dengan pendekatan ini, diharapkan loyalitas nasabah dapat meningkat secara keseluruhan.

C. Rekomendasi

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penelitian menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Untuk penelitian yang akan mendatang, penelitian sebaiknya memasukan lebih banyak misalnya: variabel pengalaman pengguna (*User Experience*) atau Inovasi Teknologi yang dapat mempengaruhi Loyalitas Nasabah, dan juga dapat menambahkan objek selain Generasi Z Kota Cirebon.
2. Kepada Bank Syariah Indonesia harus terus berinovasi, Layanan *Digital Banking* tidak hanya menjadi alat transaksi, tetapi juga mendukung gaya hidup Generasi Z Kota Cirebon focus pada kemudahan, keamanan, relevansi promosi, dan pengalaman pengguna adalah kunci untuk memenangkan hati segmen ini.