

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

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

1. Berdasarkan hasil analisis data peneliti menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan fitur layanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* pada nasabah BSI Cirebon KCP Plered 2 sebesar 21,89%. Analisis dan olah data menunjukkan bahwa pada variabel fitur layanan memiliki nilai rata rata terbesar terdapat pada dimensi kemudahan akses informasi dan nilai rata-rata terendah terdapat pada dimensi keberagaman layanan transaksi.
2. Berdasarkan hasil analisis data peneliti menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh positif signifikan *Word of Mouth* terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* pada nasabah BSI Cirebon KCP Plered 2 dengan besarnya nilai presentase pengaruh sebesar 0,86%. Analisis dan olah data menunjukkan bahwa pada variabel *Word of Mouth* memiliki nilai rata-rata pada dimensi berbicara (*Talking*) dan nilai rata-rata terendah pada dimensi penjualan (*Selling*).
3. Berdasarkan hasil analisis data fitur layanan dan *Word Of Mouth* berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* pada nasabah BSI Cirebon KCP Plered 2 dengan presentase pengaruh sebesar 21,89%. Nasabah yang menggunakan *Mobile Banking* akan terus mengalami peningkatan, jika fiturlayanan terus menawarkan fitur yang banyak memberi kemudahan bertransaksi dan diimbangi dengan adanya promosi melalui strategi marketing *Word of mouth*.

## B. Saran

Adapun saran saran yang dapat di sampaikan adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian, indikator terkecil pada variabel fitur layanan adalah layanan transaksi Tarik tunai tanpa kartu pada *Mobile Banking* BSI. Hal ini berarti banyak nasabah yang belum menggunakan bahkan belum mengetahui adanya fitur layanan tersebut. Peneliti menyarankan sebaiknya pihak bank banyak memberikan informasi kepada nasabah akan adanya fitur fitur layanan baru yang bisa di manfaatkan oleh nasabah.
2. Berdasarkan hasil penelitian, indikator terkecil pada variabel *Word of Mouth* adalah membantu nasabah lain cara menguduh dan mengaplikasikan *Mobile Banking*. Hal ini disebabkan karena pada indikator ini nasabah di haruskan meluangkan banyak waktu dan pengetahuannya untuk membantu nasabah. Peneliti menyarankan sebaiknya pihak bank lebih komunikatif menciptakan informasi baik pengenalan akan aplikasi *Mobile Baking* maupun mengenai cara mengaplikasikan *Mobile Banking* dengan melalui media sosial maupun poster yang baca langsung oleh nasabah agar nasabah memiliki pengetahuan yang memadai dan bisa membantu nasabah lain dalam pengaplikasian *mobile banking*.
3. Berdasarkan hasil penelitian ini, indikator terkecil pada variabel keputusan adalah menggunakan *Mobile Banking* BSI Karena popularitas saja. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah BSI Cirebon Plered 2 dalam menggunakan *Mobile Banking* BSI tidak serta merta hanya karena popularitasnya saja melainkan karena kualitas produknya dan kepercayaannya terhadap Produk BSI. Peneliti menyarankan sebaiknya pihak bank harus dapat selalu memanfaatkan penilaian nasabah akan kualitas produk dan kepercayaan nasabah sebagai kekuatan yang dimiliki untuk mengambil peluang-peluang yang bersifat strategis seperti meningkatkan pengembangan teknologi dalam *Mobile Banking* dan kualitas pelayanan kepada pelanggan sehingga akan memperkuat posisinya di industri Perbankan Indonesia.