

## BAB IV

### KESIMPULAN AKHIR, REKOMENDASI DAN IMPLIKASI

#### 4.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa setiap dimensi sudah hampir memenuhi kualitas layanan yang baik. Namun, dari beberapa dimensi tersebut terdapat dimensi yang memiliki nilai tertinggi yaitu dimensi *efficiency* dan yang terendah *reliability*. Hal tersebut tampak pada indikator X1.1 (saya merasa saat melakukan transaksi menggunakan layanan *mobile banking* BCA menjadi mudah dan praktis) dengan skor rata-rata tertinggi sebesar 4,77 dibandingkan dengan indikator X1.2 (4,33) dan X1.3 (4,63). Dengan begitu, pada dimensi *efficiency* indikator X1.1 menjelaskan bahwa kualitas layanan *mobile banking* memberikan kemudahan bagi nasabah untuk dapat bertransaksi selain secara mudah dan praktis, tetapi juga secara cepat dan efisien. Namun, terdapat juga dimensi dengan nilai terendah yaitu pada dimensi *reliability* pada indikator X2.3 (saya percaya akan kemampuan system layanan *mobile banking* BCA berjalan dengan baik) dengan skor rata-rata (4,36), sedangkan untuk X2.1 (4,45) dan X2.2 (4,47). Dari ketiga indikator tersebut, indikator X2.3 memiliki skor rendah dikarenakan sistem layanan yang tiba-tiba *down* sehingga mengakibatkan kualitas layanan *mobile banking* pun akan terganggu. Namun, secara keseluruhan kualitas layanan *mobile banking* BCA sudah berjalan cukup baik.

2. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa dari hasil pengolahan data pada deskriptif variabel kepuasan nasabah indikator Y3 (saya dapat merasakan kebebasan dalam bertransaksi kapan dan dimana saja dalam menggunakan *mobile banking* BCA) memiliki nilai tertinggi sebesar (4,54) dibandingkan dengan indikator lain pada Y1 (4,45) dan Y2 (4,35). Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *mobile banking* secara bebas kapan dan dimana saja, dapat meningkatkan tingkat kepuasan nasabah.
3. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, ditemukan hasil pengujian terhadap uji validitas menunjukkan bahwa semua indikator mempunyai nilai signifikan value  $< 0,05$ , sehingga dapat dikatakan bahwa semua indikator tersebut valid, serta uji reliabilitas ini berada pada status sangat baik atau reliabel karena nilai berada pada rentang  $> 0,8$ . Untuk uji normalitas dan linearitas menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memiliki hubungan yang linear antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Dan untuk uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian, hal ini membuktikan bahwa kualitas layanan *mobile banking* BCA berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BCA.

## **4.2 Rekomendasi**

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas layanan yang diberikan BCA cukup memenuhi kepuasan nasabah, tetapi terlihat bahwa beberapa bagian atau dimensi

perlu diperhatikan dan dipertimbangkan. Untuk perusahaan, saran yang dapat diaplikasikan yaitu:

1. Perusahaan dapat melakukan evaluasi kinerja kualitas layanan *mobile banking* setiap bulannya untuk mengetahui fitur-fitur pada aplikasi *mobile banking* yang harus dipertahankan atau dihapus, guna memudahkan nasabah dalam mengakses sehingga lebih efektif dalam menggunakannya. Selain itu, perusahaan juga dapat memperbaiki sistem kualitas layanan *mobile banking* menjadi lebih baik lagi, agar memungkinkan nasabah untuk bertransaksi lebih nyaman dengan *mobile banking*. Selain itu, hal-hal yang dapat dipertahankan dan ditingkatkan dapat diperhitungkan ketika menentukan kebijakan kualitas layanan yang akan diambil oleh perusahaan di masa depan.
2. Perusahaan dapat melakukan strategi pengembangan produk kualitas layanan *mobile banking* dengan menambahkan fitur baru yang diinginkan oleh nasabah. Hal tersebut didapatkan dari hasil survei atau saran dari pihak nasabah. Dengan begitu, Perusahaan dapat merealisasikan strategi yang direncanakan serta dapat melakukan perencanaan pengembangan produk lainnya yang sesuai dengan harapan dan yang dibutuhkan oleh nasabah kedepannya. Hal tersebut juga tentu akan mempengaruhi harapan dan kepuasan nasabah terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.
3. Perusahaan dapat melakukan kegiatan sosialisasi kebeberapa tempat umum atau universitas untuk memberikan edukasi seputar informasi aplikasi *mobile banking* secara jelas. Dengan kegiatan tersebut diharapkan Perusahaan dapat menarik nasabah baru. Karena aplikasi

mobile banking BCA yang ditawarkan *user friendly* sehingga banyak nasabah yang menggunakannya, sehingga dapat diartikan bahwa kualitas layanan yang diberikan sudah baik. Dengan begitu, kualitas layanan yang baik tentunya mampu meningkatkan kepuasan nasabah terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking* BCA.

### **4.3 Implikasi**

Berdasarkan hasil kesimpulan dan rekomendasi yang dijabarkan diatas, maka dapat dikemukakan implikasi yang dapat dilakukan oleh BCA, yaitu:

1. BCA dapat melakukan konfirmasi secara berkala kepada nasabah melalui poster ataupun media sosial perihal hasil survei kualitas layanan *mobile banking* serta menunjukkan apabila ada penambahan fitur baru. Hal tersebut dilakukan untuk membuka peluang bagi perusahaan dapat menarik nasabah baru untuk dapat menggunakan layanan aplikasi *mobile banking* BCA. Maka dari itu, agar kegiatan dapat berjalan dengan baik, perusahaan juga membutuhkan tim *engineering* untuk dapat merealisasikan atau selalu memperbaharui kualitas layanan *mobile banking* serta tim marketing untuk dapat mempromosikan aplikasi *mobile banking* BCA.
2. BCA dapat membuat perencanaan strategi pengembangan produk kualitas layanan *mobile banking* dalam jangka panjang dengan menggunakan software terbaru dengan kualitas layanan yang lebih baik, sehingga hal tersebut diharapkan dapat sesuai dengan keinginan nasabah serta mampu meningkatkan kepuasan nasabah. Maka dari itu, agar kegiatan dapat berjalan dengan lancar, perusahaan juga membutuhkan tim *marketing planner* untuk dapat merancang strategi kedepannya., serta tim *engineering* untuk memperbaharui kualitas layanan *mobile banking* BCA.

3. BCA dapat menerapkan kegiatan edukasi yang telah direncanakan untuk direalisasikan dalam beberapa waktu. Dalam kegiatan tersebut, pihak Perusahaan dapat memberikan kesempatan survei nasabah untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas layanan *mobile banking* yang diberikan bank, yang secara tidak langsung dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amrullah, P. S. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 102.
- Amrullah, Siburian, P. S., & ZA, S. Z. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 103-104.
- Ardiansyah, A., & Wahyono, A. (n.d.). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DIGITAL, PROMOSI, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SHOPEEFOOD. 23.
- BCA *Mobile*. (BCA). Retrieved from Grup BCA: <https://www.bca.co.id/id/Individu/layanan/e-banking/BCA-Mobile>
- Catriana, E., & Djumena, E. (2022). *M-banking BCA Error, Ini Kata Manajemen*. Jakarta: Kompas.com.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Jakarta: Guepedia.
- Elvis F. Purba, S. M., & Parulian Simanjuntak, M. P. (2012). *Metode Penelitian*. Medan: Percetakan SADIA.
- Febrianta, A., & Dra. Indrawati M.M., P. (2016). PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN. *e-Proceeding of Management*, 2880.
- Handayani, S., & Anitasari, M. (2022). Karakteristik Pengguna Mobile Banking di Kota Bengkulu. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 356-357.

Heale, R., & Twycross, A. (2015). Validity and reliability in quantitative studies.

*BMJ Journal*, 66.

Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN.

*Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 177.

*Laporan Tahunan BCA 2022*. (2022). Jakarta: PT Bank Cantral Asia Tbk.

Markonah. (2017). ANALISIS PENGARUH MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH BANK MANDIRI

CABANG JAKARTA. *Seminar Nasional & Call For Paper, "Peningkatan Ketahanan Ekonomi Nasional Dalam Rangka Menghadapi Persaingan*

*Global"*, 477.

Marlina, A., & Ariyobino, W. (2018). Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank. *Jurnal Ilmiah Inovator*, 21-24.

(n.d.). *MEMAHAMI UJI HETEROSKEDASTISITAS DALAM MODEL REGRESI*.

Jakarta: Binus Univversity.

Mildawati, T. (2016). TEKNOLOGI INFORMASI DAN PERKEMBANGANNYA DI INDONESIA. 101-107.

Nashihuddin, W. (2012, Mei 11). *SERVQUAL; METODE TEPAT*

*MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN PERPUSTAKAAN*. Retrieved

from Perpustakaan Universitas Diponegoro:

<https://digilib.undip.ac.id/2012/05/11/servqual-metode-tepat-meningkatkan-kualitas-layanan-perpustakaan/>

Nawang Sari, S., & Widiastuti, R. (n.d.). ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN DAN LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK. 51.

Nurdin, N., Musyawarah, I., Nurfitriani, N., & Jalil, A. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah . *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 88.

Nurhadi, A., Budiyanto, A., & Murtiyoko, H. (2022). Kualitas Layanan Elektronik: Suatu Tinjauan Literatur. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 309-312.

P, O. V., Widiastuti, T., & Suhaji. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Aset*, 56.

Raharjo, S. (2021). *Cara Melakukan Uji Linearitas dengan Program SPSS*. SPSS Indonesia.

Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan . *Jurnal Ecodemica*, 314.

Rombe, Y. (2020). Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan Melalui Digitalisasi Jasa Perbankan Di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Pusat Jakarta Pusat. *Jurnal Ekonomika*, 42-43.

- Sari, D. M., Fasa, M. I., & Suharto. (2021). MANFAAT DAN RISIKO PENGGUNAAN LAYANAN PERBANKAN MELALUI APLIKASI MOBILE BANKING. *Jurnal Ekonomi Islam*, 171-172.
- Setiawan, A. B. (2018). REVOLUSI BISNIS BERBASIS PLATFORM SEBAGAI PENGGERAK EKONOMI DIGITAL DI INDONESIA. *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi*, 62-63.
- Setiawan, H. (2016). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI NILAI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGGUNA LAYANAN MOBILE BANKING. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 518-519.
- Setiawan, S. R. (2019). *Era Banking 4.0 Jadi Peluang Perbankan Lebih Berinovasi*. Jakarta: Kompas.com.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. (2010). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, S., Fasa, M. I., Suharto, & Fachri, A. (n.d.). ANALISIS KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN NASABAH. *Indonesian Journal of Accounting and Business*, 14-20.

Syahputra, R., & Suparno. (2022). PENGARUH PENGGUNAAN INTERNET BANKING DAN MOBILE BANKING TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERBANKAN . *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 380-382.

Syamsul Hadi, N. (n.d.). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN LAYANAN . 55-56.

Tjiptono, Fandy, & Chandra, G. (2016). *Service Quality dan Satisfaction Edisi Keempat*. Andi.

Trisnawati, O. M., & Fahmi, S. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 176-177.

Triyanti, D., Kaban, R. F., & Iqbal, M. (2020). PERAN LAYANAN MOBILE BANKING DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 182-183.

Triyanti, D., Kaban, R. F., & Iqbal, M. I. (2021). PERAN LAYANAN MOBILE BANKING DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 182-184.

Wardhana, A. (2015). PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING (M-BANKING) TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI INDONESIA. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 273