

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur loyalitas pelanggan BSI Mobile. Penelitian ini dilakukan kepada 250 responden pengguna BSI Mobile yang berusia 20 tahun ke atas dan berdomisili di DKI Jakarta. Penelitian ini memiliki lima variabel yaitu kualitas layanan, harga, kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan empat uji yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji kelayakan model, dan uji hipotesis dengan software IBM SPSS 26 dan AMOS 24. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan pengujian hipotesis 1 (H_1), kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan
2. Berdasarkan pengujian hipotesis 2 (H_2), harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan
3. Berdasarkan pengujian hipotesis 3 (H_3), kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
4. Berdasarkan pengujian hipotesis 4 (H_4), kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan
5. Berdasarkan pengujian hipotesis 5 (H_5), kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
6. Berdasarkan pengujian hipotesis 6 (H_6), harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
7. Berdasarkan pengujian hipotesis 7 (H_7), kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

5.2. Implikasi

5.2.1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini berpotensi untuk meningkatkan kemajuan penelitian tentang loyalitas pelanggan, sehingga memberikan pencerahan bagi para pembaca. Hasil penelitian ini secara tegas menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kesetiaan pelanggan meliputi kualitas layanan, harga, dan kepuasan pelanggan. Layanan yang dimiliki BSI Mobile memiliki kualitas yang tinggi sehingga membuat pelanggan tetap menggunakan aplikasi BSI Mobile untuk melakukan transaksi keuangan. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan yang dimiliki aplikasi BSI Mobile dapat memengaruhi loyalitas pelanggan.

Selain itu, harga juga dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Semakin rendah harga maka pelanggan akan kerap menggunakan BSI Mobile dengan mengandalkan produk yang dimilikinya. Harga yang rendah cenderung lebih diminati oleh pelanggan. Pelanggan akan lebih menyukai dan menjadi loyal apabila hasil yang diterima lebih baik atau lebih tinggi dari uang yang dikeluarkan. Maka dapat disimpulkan bahwa harga yang dimiliki produk BSI Mobile dapat memengaruhi loyalitas pelanggan.

Pelanggan yang merasa puas terhadap aplikasi BSI Mobile maka akan melakukan pembelian dan penggunaan yang berulang sehingga mengarah kepada loyalitas dari pelanggan itu sendiri. Apabila layanan dan produk yang diterima pelanggan melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Oleh karena itu, penting bagi sebuah perusahaan untuk tetap melakukan inovasi dan diferensiasi layanan dan produknya guna mempertahankan kepuasan dan loyalitas dari pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan yang puas terhadap BSI Mobile cenderung melakukan pembelian dan penggunaan yang berulang, walaupun terdapat faktor

yang lebih baik pada *mobile banking* lain. Namun, hal tersebut tidak mengubah persepsi pelanggan yang loyal terhadap aplikasi BSI Mobile.

Kualitas layanan yang baik dan harga produk yang terjangkau dapat memengaruhi loyalitas pelanggan pada aplikasi BSI Mobile secara langsung, namun kualitas pada produk yang dimiliki BSI Mobile tidak dapat memengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung. Hal tersebut dikarenakan mayoritas pelanggan BSI Mobile cenderung menggunakan aplikasi tersebut untuk melakukan transaksi keuangan, bukan membeli produk yang dimiliki BSI Mobile seperti e-mas, BSI OTO, dan Sharing-Ziswaf. Pelanggan tidak terlalu mempertimbangkan produk yang dimiliki aplikasi BSI Mobile dalam penggunaannya. Walaupun demikian, kualitas produk tetap dapat ditingkatkan oleh perusahaan agar dapat menarik minat pelanggan. Pelanggan yang tertarik dan melakukan pembelian produk lalu merasa puas terhadap produk yang dimiliki BSI Mobile maka akan memberi peluang yang besar untuk menjadi pelanggan yang loyal.

5.2.2. Implikasi Praktis

Penelitian ini dapat memberikan saran dan rekomendasi kepada PT Bank Syariah Indonesia dalam menginovasikan BSI Mobile agar aplikasi tersebut dapat meningkatkan kualitasnya baik dari sisi layanan maupun produk yang dimilikinya. Perusahaan juga dapat membuat diferensiasi produk agar berbeda dengan produk yang dimiliki *mobile banking* lain. Apabila produk yang dimiliki aplikasi BSI Mobile memiliki ciri khas tertentu, maka dapat memiliki peluang yang besar untuk menarik perhatian pelanggan. Pelanggan yang tertarik pada produk maka akan melakukan pembelian dan apabila produk tersebut berhasil memenuhi standar dan harapan pelanggan maka dapat menciptakan loyalitas pada pelanggan tersebut. Perusahaan memiliki tim dukungan pelanggan

yang kerap membantu pelanggan dalam mengatasi kendala selama menggunakan aplikasi BSI Mobile. Perusahaan dapat memanfaatkan tim dukungan pelanggan tersebut untuk mengevaluasi dan menciptakan inovasi agar produk yang dimiliki BSI Mobile dapat menyaingi layanan yang dimilikinya.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Selama penelitian ini dilakukan, peneliti sudah berusaha secara maksimal agar menemukan dan menciptakan hasil penelitian yang baik. Meskipun demikian, peneliti menyadari bahwa masih terdapat beberapa kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki penelitian ini. Adapun kekurangan dan keterbatasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan pada penelitian ini hanya menggunakan tiga faktor yaitu kualitas layanan, harga, dan kualitas produk dari aplikasi BSI Mobile. Ketiga faktor tersebut belum mewakili keseluruhan dari aplikasi BSI Mobile untuk dapat mengukur loyalitas pelanggan.
2. Penelitian ini belum meneliti pengaruh tabulasi silang antara variabel dependen dengan profil responden.
3. Referensi yang dimiliki peneliti belum begitu lengkap untuk menunjang proses penelitian.
4. Keterbatasan waktu, tenaga dan biaya peneliti sehingga penelitian yang dilakukan kurang maksimal.

5.4. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang telah dijelaskan sebelumnya maka peneliti menyarankan agar penelitian yang dilakukan dapat mempertimbangkan faktor-faktor lain di luar faktor yang diteliti dalam penelitian ini. Hal tersebut bertujuan agar pengukuran loyalitas pelanggan aplikasi BSI Mobile akan mencapai hasil yang semakin baik dan akurat. Penelitian selanjutnya juga dapat menguji hipotesis pengaruh

mediasi dari kepuasan pelanggan untuk variable independen dan dependen melalui uji sobel. Kemudian penelitian selanjutnya juga dapat menganalisis tabulasi silang antara variabel dependen loyalitas pelanggan terhadap profil responden yang diteliti. Pengukuran indikator yang berbeda dengan indikator yang digunakan dalam penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya agar dapat mengetahui aspek lain dari variabel yang digunakan.

