

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan interpretasi Pengaruh *customer perceived value* dan *trust* terhadap loyalitas pengguna *mobile banking* dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada Bank Syariah Indonesia (BSI) di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Ada pengaruh langsung yang signifikan secara parsial dan simultan antara variabel Customer Perceived Value terhadap Loyalitas. Bahwa *perceived value* yang baik dan positif yang tercipta dalam benak nasabah mampu meningkatkan loyalitas pada pengguna layanan *mobile banking* yang disediakan Bank Syariah Indonesia.
2. Ada pengaruh langsung yang signifikan secara parsial dan simultan antara variabel *Trust* terhadap Loyalitas. Bahwa kepercayaan yang kuat akan memungkinkan nasabah untuk yakin menggunakan layanan yang disediakan oleh suatu perusahaan. Kepercayaan mempengaruhi persepsi pelanggan dari keselarasan nilai dengan pengalaman yang dirasakan, yang secara signifikan berhubungan dengan loyalitas pelanggan.
3. Ada pengaruh langsung yang signifikan secara parsial dan simultan antara variabel *Customer Perceived Value* dan *Trust* terhadap Kepuasan. Kepuasan berpengaruh signifikan sebagai pemediasi hubungan antara *customer perceived value* terhadap loyalitas. Bahwa kepercayaan, persepsi nilai, dan kepuasan yang tinggi akan membuat nasabah semakin yakin dengan penyedia layanan di masa depan.
4. Ada pengaruh tidak langsung antara variabel *Customer Perceived Value* terhadap Loyalitas melalui Kepuasan. Sehingga disimpulkan bahwa kepuasan signifikan sebagai pemediasi hubungan antara *Customer Perceived Value* dan Loyalitas.

5. Ada pengaruh tidak langsung antara variabel *Trust* terhadap Loyalitas melalui Kepuasan. Sehingga disimpulkan bahwa kepuasan signifikan sebagai pemediasi hubungan antara *Trust* dan Loyalitas. Bahwa kepuasan merupakan kunci awal dalam menentukan loyalitas nasabah.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti maka dapat peneliti sarankan kepada pihak-pihak terkait di antaranya:

1. Bank Syariah, diharapkan dapat memberikan kenyamanan bagi para pengguna layanan *mobile banking* dengan menyajikan tampilan BSI *Mobile* yang lebih sederhana dan efisien atau *user friendly* dan dapat menciptakan kesan yang baik bagi para pengguna layanan *mobile bankingnya* dengan memberikan performa layanan yang konsisten dengan biaya yang bersaing serta melengkapi fitur yang belum disediakan seperti top up *e-wallet* Dana.
2. Peneliti Selanjutnya, diharapkan agar penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya dan mampu mendukung teori-teori penelitian berikutnya. Peneliti menyarankan bagi penelitian selanjutnya untuk meneliti variabel lainnya yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah pengguna *mobile banking*, sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap dan menghasilkan pengetahuan yang lebih luas.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN