



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis Analisis Pengaruh antara dimensi kualitas layanan *internet banking* , *overall internet banking service quality*, dan kepuasan nasabah Bank Central Asia, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Online Customer Service Quality* berpengaruh positif terhadap *Overall Internet Banking Service Quality* dimana hasil uji statistic menunjukkan nilai $t_{hitung} = 3,053$ yang lebih besar dari nilai $t_{(0.05,196)}$ adalah 1,972 dan nilai signifikansi variabel *Online Customer Service Quality* adalah 0,003 yang ternyata lebih kecil dari alpha 0,05, sehingga adanya peningkatan pada *Online Customer Service Quality* maka akan meningkatkan *Overall Internet Banking Service Quality* Bank Central Asia.
2. *Online Information System Quality* berpengaruh positif terhadap *Overall Internet Banking Service Quality* dimana hasil uji statistic menunjukkan nilai $t_{hitung} = 3,769$ yang lebih besar dari nilai $t_{(0.05,196)}$ adalah 1,972 dan nilai signifikansi variabel *Online Information System Quality* adalah 0,000 yang ternyata lebih kecil dari alpha 0,05, sehingga adanya peningkatan pada *Online Information System Quality* maka akan meningkatkan *Overall Internet Banking Service Quality* Bank Central Asia.

3. *Banking Service Product Quality* berpengaruh positif terhadap *Overall Internet Banking Service Quality* dimana hasil uji statistic menunjukkan nilai $t_{hitung} = 3,679$ yang lebih besar dari nilai $t_{(0.05,196)}$ adalah 1,972 dan nilai signifikansi variabel *Banking Service Product Quality* adalah 0,000 yang ternyata lebih kecil dari alpha 0,05, sehingga adanya peningkatan *Banking Service Product Quality* maka akan meningkatkan *Overall Internet Banking Service Quality* Bank Central Asia.
4. *Overall Internet Banking Service Quality* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* dimana hasil uji statistic menunjukkan nilai $t_{hitung} = 12,804$ yang lebih besar dari nilai $t_{(0.05,196)}$ adalah 1,972 dan nilai signifikansi *Overall Internet Banking Service Quality* adalah 0,000 yang ternyata lebih kecil dari alpha 0,05, sehingga adanya peningkatan *Overall Internet Banking Service Quality* maka akan meningkatkan *Customer Satisfaction* Bank Central Asia.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

5.2.1 Saran untuk Perusahaan

1. Bank Central Asia sebagai *market leader* pada pasar *internet banking* harus mempertahankan seluruh kualitas layanan yang dimilikinya agar para pelanggannya tetap setia menggunakan fasilitas *internet banking* KlikBCA, bila dilihat dari sisi dimensi *Online Customer Service Quality*, KlikBCA perlu meningkatkan beberapa faktor seperti menjaga kualitas pelayanan *customer service* yang langsung berhadapan dengan masalah nasabah, *customer service* harus benar-benar menguasai dan dapat mengatasi masalah yang timbul dari nasabah agar nasabah bisa puas dengan jawaban dari *customer service*. Selain itu kesiapan dalam menjawab pertanyaan juga perlu dibenahi agar nasabah tidak terlalu menunggu lama untuk mendapatkan jawaban dari masalah yang dihadapi, dan yang paling penting *customer service* harus dapat bersikap ramah dan tulus membantu dalam melayani nasabah agar terciptanya suasana yang nyaman dalam pengaduan masalah. Selain itu berkaitan dengan *Online Customer Service Quality*, Peneliti berharap agar pihak BCA dapat menambahkan fasilitas *online chat* dengan *Customer Service* KlikBCA sehingga apabila ada kesulitan ataupun gangguan dalam bertransaksi nasabah bisa mendapatkan bantuan langsung tanpa harus menelpon HaloBCA dimana apabila nasabah tidak memiliki pulsa maka nasabah tidak akan mendapatkan bantuan.

2. Bank Central Asia juga harus terus meningkatkan kualitas layanan dari *Online Information System Quality* karena dalam penelitian ini menunjukkan paling berpengaruh secara keseluruhan kualitas layanan internet banking yang mempengaruhi kepuasan nasabah KlikBCA, dimana di dalam dimensi tersebut sistem operasi yang ada dalam KlikBCA harus selalu dijaga dan ditingkatkan dengan cara mempercepat kerja sistem operasi, meningkatkan fasilitas keamanan dalam bertransaksi dengan sistem tersebut dengan cara dengan cara mengantisipasi maraknya pemalsuan *website internet banking* yang akan membuat pelaku dapat mendapatkan *id* dan *password* nasabah karena telah *login* di *website* palsu maka pihak BCA harus selalu mengupdate apabila ada situs *website* mencurigakan dan membuat pengumuman serta melaporkan ke pihak kepolisian agar tidak ada nasabah yang terjebak selain itu juga BCA dapat lebih memanfaatkan KeyBCA sebagai sarana untuk mengantisipasi kejahatan dengan menambahkan *password* yang terhubung dengan KeyBCA sehingga pelaku tidak dapat melakukan transaksi, mempermudah cara penggunaan KlikBCA, dan juga mempercantik tampilan KlikBCA agar membuat nasabah merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi menggunakan KlikBCA karena saat ini tampilan *website* KlikBCA terlalu sederhana dan kecil tulisannya diharapkan kedepannya bisa lebih diperindah dan ukuran huruf diperbesar karena akan sulit untuk membaca pilihan menu dengan ukuran huruf seperti sekarang ini. diharapkan dengan semua yang dilakukan dalam meningkatkan *Online Information System Quality*

dengan begitu akan meningkatkan relationship yang kuat dan nasabah selalu tetap setia menggunakan KlikBCA sebagai pilihan bertransaksi.

3. Bank Central Asia dilihat dari segi *Banking Service Product Quality* harus terus berinovasi dalam memberikan produk - produk perbankan yang bermanfaat dan mempermudah bagi para nasabahnya, di dalam KlikBCA harus lebih diperkaya dengan fasilitas-fasilitas pembayaran kebutuhan yang biasa dilakukan nasabahnya untuk memberikan kemudahan bagi para nasabah, dan memperlengkap layanan perbankan online yang ada di dalam KlikBCA dibandingkan website Bank lain yang ada di Indonesia. Inovasi-inovasi tersebut harus disesuaikan dengan *personal needs* dari nasabah sehingga diharapkan segala kebutuhan nasabah dapat terpenuhi dalam *internet banking* KlikBCA , Menurut peneliti saat ini meskipun hampir seluruh kebutuhan transaksi nasabah dapat dilakukan melalui KlikBCA tetapi KlikBCA harus terus berinovasi dan menyempurnakannya agar KlikBCA tetap menjadi *market leader* dalam *internet banking* di Indonesia.

5.2.2 Saran untuk Penelitian selanjutnya

1. Pada penelitian selanjutnya Penulis menyarankan kepada peneliti lain untuk melakukan penelitian dengan topik yang sama tetapi dengan mengganti Bank yang diteliti, seperti Bank Mandiri sebagai salah satu bank terbesar yang ada di Indonesia dan merupakan saingan terbesar bagi BCA saat ini untuk *internet banking* dan untuk melihat apakah hasil penelitian akan sama dibandingkan penelitian KlikBCA.
2. Menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) karena dianggap lebih efektif sehingga perolehan data akan lebih cepat dan akurat.
3. Menganalisis mengenai alasan mengapa masyarakat yang mengetahui tentang cara penggunaan dari *internet banking* tetapi mereka tidak berminat untuk menggunakan fasilitas layanan dari *internet banking*.
4. Menambah jumlah dimensi yang disesuaikan dengan *personal needs* dan *customer satisfaction* dari nasabah dalam tiap variabel sehingga semakin merepresentasikan tiap variabel yang diteliti.
5. Selain itu peneliti juga menyarankan agar peneliti lain dan juga meneliti hubungan antara *overall internet banking service quality*, *customer satisfaction* dan *customer retention* atau loyalitas nasabah