BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Hasil pengujian pengaruh keamanan terhadap loyalitas nasabah *mobile banking* BRImo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang tidak menunjukkan pengaruh positif dan signifikan karena memiliki nilai t_{hitung} -0,516 ≤ t_{tabel} 1,660. Hal ini berarti bahwa semakin menurun keamanan yang dimiliki oleh *mobile banking* BRImo akan menyebabkan loyalitas nasabah terhadap *mobile banking* BRImo akan semakin menurun. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis satu (H_1) ditolak, yang artinya keamanan (X1) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah *mobile banking* BRImo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang.
2. Hasil pengujian pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah *mobile banking* BRImo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan karena memiliki nilai t_{hitung} 3.445 ≥ t_{tabel} 1,660. Hal ini berarti bahwa semakin baik kepercayaan yang dimiliki oleh *mobile banking* BRImo akan menyebabkan loyalitas nasabah terhadap *mobile banking* BRImo akan semakin baik. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis dua (H_2) diterima.,

http://repository.unimus.ac.id

Artinya kepercayaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah *mobile banking* BRImo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang.

3. Hasil pengujian pengaruh reputasi perusahaan terhadap loyalitas nasabah *mobile banking* BRImo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, karena memiliki nilai t_{hitung} 6.491 ≥ t_{tabel} 1,660. Hal ini berarti bahwa semakin baik reputasi perusahaan yang dimiliki oleh *mobile banking* BRImo akan menyebabkan loyalitas nasabah terhadap *mobile banking* BRImo akan semakin baik. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis tiga (H_3) diterima, yang artinya reputasi perusahaan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah *mobile banking* BRImo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang
4. Hasil pengujian Keamanan (X_1) Kepercayaan (X_2) dan Reputasi Perusahaan (X_3) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Perusahaan (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 57.810 > F_{tabel} sebesar 2.11 dengan nilai signifikansi α= sebesar 0,000 (0%) < 0,05 (5%). Dengan demikian (H_4) menyatakan bahwa Keamanan Kepercayaan dan Reputasi Perusahaan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah
5. Hasil analisis regresi berganda antara Keamanan, Kepercayaan dan Reputasi Perusahaan dalam proses perhitungannya dapat diperoleh yaitu Y = 1.777,9 X1 + 0,.345 X2 + 0.417 X3 + e.

http://repository.unimus.ac.id

Nilai koefisien regresi X1 = -0,031 pada signifikansi 0,000 menunjukkan hasil negatif, nilai koefisien regresi X2 = 0,345 pada signifikansi 0,000 menunjukkan hasil positif dan signifikan, dan nilai koefisien regresi X3 = 0.417 pada signifikansi 0,000 menunjukkan hasil positif dan signifikan.

6. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) yaitu sebesar 0.644 atau sebesar 64.4% selebihnya 35.6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di analisis dalam penelitian ini.

5.2 Saran

1. Keamanan data nasabah harus terus dijaga dan diperhatikan, begitu juga resiko yang akan dihadapi oleh para nasabah sehingga kedepanya nasabah mengetahui fitur layanan dan rintangan yang akan terjadi
2. Nasabah yang menggunakan *mobile banking* akan tetapi jarang digunakan sebaiknya diberikan informasi *upgrade* supaya mengurangi terjadi resiko kehilangan data maupun data-data penting lainnya
3. Selalu menjaga kepercayaan yang telah diberikan nasabah dengan meningkatkan kualitas jasa yang ditawarkan, seperti memberikan informasi yang benar dan mudah dimengerti oleh nasabah yang berkaitan dengan dana nasabah agar nasabah tidak ragu dalam menyimpan serta melakukan transaksi melalui *mobile banking* BRImo.
4. Untuk meningkatkan kepercayaan nasabah pada layanan *mobile banking* BRImo, sebaiknya pihak BRI memberikan jaminan hukum tentang kerahasiaan informasi data pribadi dan selalu berkomitmen untuk menjaga privasi nasabah sesuai dengan prosedur yang berlaku.

http://repository.unimus.ac.id

5. Untuk meningkatkan reputasi perusahaan perbankan, sebaiknya pihak BRI dapat melakukan tindakan, seperti lebih cepat dan tanggap terhadap keluhan, kritik maupun saran dari nasabah, maupun memberikan solusi terbaik atas segala permasalahan yang dialami nasabah ketika menggunakan layanan internet banking
6. Reputasi perusahaan harus lebih ditingkatkan kembali, dengan cara *membranding* logo perusahaan agar lebih dikenal oleh kalangan masyarakat awam. Sehingga dengan lebih meningkatkan dan memperkenalkan reputasi perusahaan, maka masyarakat akan lebih percaya dan memilih menggunakan produk dan jasa dari perusahaan tersebut.

http://repository.unimus.ac.id