

BAB V

PENUTUP

1.1. Kesimpulan

Transformasi aplikasi digital dalam bentuk *M-banking*, menawarkan kemudahan layanan perbankan semakin mudah dengan tingkat persaingan fitur terbaru dan kelebihan lainnya tetapi peranan tenaga pemasar bank (Relationship Manager/RM) juga sangat dibutuhkan sebagai bentuk membangun kepercayaan nasabah. Sehingga hal ini menjadi tantangan dalam membangun ekosistem perbankan dan mempertahankan nasabah loyal seperti nasabah BRI Prioritas di Padang. Dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh langsung antara *M-banking Service Quality* terhadap *E-Customer Loyalty*, *M-banking Service Quality* terhadap *E-Customer Satisfaction* dan *E-Trust* bagi nasabah prioritas BRI serta pengaruh tidak langsung ketika dimediasi oleh *E-Customer Satisfaction* dan *E-Trust* dalam menggunakan aplikasi BRIMO.

Adapun 7 (tujuh) hipotesis penelitian yang terbagi atas pengaruh langsung dan tidak langsung. Untuk pengaruh langsung yaitu *M-Banking Service Quality* terhadap *E-Customer Satisfaction* (H1), *M-Banking Service Quality* terhadap *E-Customer Loyalty* (H2), *E-Customer Satisfaction* terhadap *E-Customer Loyalty* (H3), *M-Banking Service Quality* terhadap *E-Trust* (H5) dan *E-Trust* terhadap *E-Customer Loyalty* (H6) Sedangkan pengaruh tidak langsung yaitu *M-Banking Service Quality* terhadap *E-Customer Loyalty* dimediasi *E-Customer Satisfaction* (H4) dan *M-Banking Service Quality* terhadap *E-Customer Loyalty* dimediasi *E-Trust* (H7).

Adapun hasilnya untuk pengaruh langsung hipotesa H1, H3, H5 membuktikan pengaruh positif dan signifikan. Sedangkan hipotesa H2 dan H6 menunjukkan pengaruh tidak positif dan tidak signifikan. Sedangkan pengaruh tidak langsung melalui hipotesa H4 berpengaruh positif dan signifikan tetapi H7 menjelaskan pengaruh tidak positif dan tidak signifikan.

1.2. Implikasi Penelitian

1.2.1. Implikasi Teoritis

Implikasi studi ditujukan pada level akademisi dan para peneliti selanjutnya, sehingga diharapkan dapat memberikan manfaat yang sesuai ruang lingkup. Berikut implikasi teoritis dalam penelitian ini:

1. Berdasarkan temuan penelitian untuk pengaruh langsung terdiri 5 hipotesa (H1, H2, H3, H5, H6). Untuk hipotesa H2 dan H6 memberikan hasil tidak signifikan dan tidak berpengaruh sedangkan hipotesa lainnya (H1, H3 dan H5) dapat menjelaskan hubungan loyalitas nasabah BRI Prioritas terhadap penggunaan aplikasi BRIMO. Karakter responden yang didominasi oleh Gen Milenial dan Gen Z maka diperlukan pendekatan lain seperti *Multi Homing Behavior* karena bisa terjadi mereka memiliki banyak akun bank lain yang dapat diukur tingkat loyalitasnya. Selain itu untuk melihat pengaruh langsung maka dibutuhkan pendekatan personal dan ikatan emosional (RM Priority) melalui *Relational Benefit* dan *Relationship Quality* sebagai variabel tambahan dan teori lainnya yang dapat dikaji untuk mengukur tingkat loyalitas nasabah BRI Prioritas

2. Pada hipotesa H6 yaitu Variabel *E-Trust* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *E-Customer Loyalty* sehingga menjelaskan bahwa untuk nasabah BRI Prioritas Padang untuk kualitas layanan dapat membangun kepercayaan namun dalam penggunaan *M-Banking*, kepercayaan hanya digunakan sebagai syarat bagi nasabah untuk masuk ke ekosistem finansial tetapi bukan menjadi alasan untuk bertahan dalam loyalitas. Sehingga perlu ada penelitian tambahan berikutnya tentang *Perceived Value* untuk mengkaji manfaat yang diperoleh nasabah BRI Prioritas dalam jangka panjang.

3. Sedangkan untuk pengaruh tidak langsung pada hipotesa H4 menjelaskan *M-Banking Service Quality* terhadap *E-Customer Loyalty* dimediasi *E-Customer Satisfaction* dapat diterima sehingga memberikan pengaruh positif dan signifikan sedangkan hipotesa H7 menjelaskan variabel penelitian *M-Banking Service Quality* terhadap *E-Customer Loyalty* dimediasi *E-Trust* tidak memberikan pengaruh dan tidak signifikan. Hal ini memberikan penjelasan bahwa nilai *E-Trust* dari responden terhadap layanan BRIMO dipengaruhi oleh nilai manfaat yang dirasakan secara personal dibandingkan citra institusional bank secara makro. Responden dari nasabah BRI Prioritas Padang cenderung bersikap pragmatis dimana mereka mengetahui reputasi baik Bank BRI di Wilayah Sumatera Barat tetapi juga tidak ragu apabila dari bank lain terdapat fitur promo yang lebih menarik dengan kemudahan integrasi.

1.2.2. Implikasi Manajerial

Beberapa implikasi manajerial berdasarkan hasil penelitian ini, dapat menjadi bahan pertimbangan dalam melakukan Tindakan selanjutnya untuk BRI, diantaranya:

1. Hasil responden telah menunjukkan bahwa nasabah BRI Prioritas Padang yang menggunakan fasilitas BRIMO untuk transaksi finansial dalam menumbuhkan tingkat loyalitas bahwa pendekatan secara personal dengan ikatan emosional yang baik sangat dibutuhkan dan dapat diukur melalui hubungan *Relational Benefit* oleh pekerja terkait yaitu jabatan *Priority Banking Officer* (petugas khusus nasabah prioritas) yang dapat bersentuhan langsung ke nasabah BRI Prioritas.
2. Melakukan transformasi kualitas layanan BRIMO bagi nasabah BRI Prioritas karena fitur dan aplikasi BRIMO umumnya dianggap sebagai standar dasar (*commodity*) penggunaan *m-banking* seluruh bank saat ini. Bank BRI harus dapat fokus pada *Quality of Outcomes* bukan *Quality of System* dan mampu mengikuti perkembangan implementasi AI dalam memprediksi kebutuhan transaksi sebelum nasabah mencari kebutuhan finansialnya.
3. Tingkat kepercayaan (*E-Trust*) nasabah BRI Prioritas dalam penggunaan BRIMO dengan hubungannya terhadap *E-Customer Loyalty* menjelaskan bahwa nasabah BRI Prioritas Padang percaya tingkat keamanan di Bank BRI namun tidak berhenti membuat nasabah menggunakan bank

kompetitor lainnya. Reputasi bank harus bergeser dari *Institusional Reputation* menjadi *Expertise Reputation*. Melakukan perubahan posisi BRIMO sebagai asisten investasi eksklusif secara *real time* berbasis data yang terhubung langsung dengan PBO.

4. *E-Trust* hanya menjadi syarat masuk, bukan pendorong loyalitas bagi nasabah BRI Prioritas Padang. Kepercayaan yang pasif (nasabah percaya uangnya aman) tidak menghasilkan perilaku *repeat order* atau penggunaan aktif. Sehingga pendekatan secara personal oleh PBO dan promo fasilitas yang konkret dan mudah dijangkau

1.3. Keterbatasan Penelitian

Kesempurnaan dalam sebuah penelitian tentu merupakan sebuah hal yang sulit untuk dicapai, karena terdapat hal-hal yang mungkin tidak dapat diperoleh atau hal-hal yang memperlambat sebuah penelitian. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini diuraikan dibawah ini:

1. Diperlukan model yang lebih terbaru, dan bersifat kompleks untuk mendalami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas oleh nasabah BRI Prioritas Padang.
2. Penelitian ini masih mereplikasi model lama dengan kuesioner yang mengikuti jurnal terkait.
3. Penelitian ini hanya sebatas untuk nasabah BRI Prioritas Region Padang, sehingga belum dapat digeneralisasi untuk regional atau wilayah lainnya.

4. Kesulitan yang cukup signifikan dalam mengumpulkan jawaban questioner yang sudah disebar ke seluruh sampel. Sampel yang kembali sebanyak 140 responden.

1.4. Saran

Adapun saran dalam penelitian ini yang ditujukan pada praktisi dan akademisi, dirincikan sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan studi banding secara komprehensif di beberapa perbankan yang berbeda terkait *m-banking service quality*, serta menambahkan beberapa variabel tertentu untuk memperluas analisa.
2. Penelitian selanjutnya harus lebih tajam dan lebih *update* terkait hubungannya dengan *m-banking* dalam membuat kuesioner sehingga didapatkan hasil dengan validitasnya lebih tinggi.
3. Manajemen BRI harus dapat mengembangkan fitur aplikasi *Wealth Management* di dalam BRIMO. Selain sebagai literasi keuangan bagi nasabah reguler juga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas bagi nasabah prioritas termasuk gen Z maupun gen milenial. Fokus pengembangan aplikasi pada jenis fitur instrumen investasi keuangan yang belum tercover secara langsung seperti investasi saham, investasi obligasi, dan investasi reksadana.
4. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel moderasi seperti *Switching Cost* (Biaya Perpindahan) atau *Customer Inertia* karena

nasabah merasa semua bank digital saat ini setara, sehingga tidak ada hambatan untuk berpindah.

5. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan kualitatif (wawancara mendalam) kepada nasabah untuk menggali sisi psikologis dan kebutuhan finansial nasabah BRI Prioritas Region Padang.

