

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian teori dan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan analisis Regresi Linear Sederhana mengenai Pengaruh *E-trust* terhadap *E-loyalty* (Survei pada Pengguna BRI *Mobile Banking* pada *followers* akun Instagram @bankbri_id) dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai *e-trust* dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri dari *perceived security*, *perceived privacy*, *perceived usefulness*, *efficiency*, dan *website design* berada pada kategori cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna BRI *Mobile Banking*, sebagian besar sudah memiliki tingkat keterlibatan cukup baik. Dimensi yang memperoleh tanggapan paling tinggi ialah dimensi *website design*, sedangkan dimensi yang memperoleh tanggapan paling rendah yaitu dimensi *perceived privacy*.
2. Gambaran mengenai *e-loyalty* dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri *word of mouth*, *retention intention*, dan *repeat purchase* yang berada pada kategori cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa BRI *Mobile Banking* telah menunjukkan kinerja yang cukup baik secara keseluruhan dalam meningkatkan *e-loyalty* penggunanya. Dimensi yang memperoleh tanggapan paling tinggi ialah dimensi *repeat purchase* sedangkan dimensi yang memperoleh tanggapan paling rendah ialah dimensi *word of mouth*.
3. Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *E-trust* terhadap *E-loyalty* pada Pengguna BRI *Mobile Banking* pada *followers* akun Instagram @bankbri_id dihasilkan temuan bahwa *E-trust* pada pengguna BRI *Mobile Banking* pada *followers* akun Instagram @bankbri_id berpengaruh positif sebesar 12,7% untuk meningkatkan *e-loyalty* dengan dimensi *repeat purchase* yang memiliki pengaruh paling tinggi diantara dimensi lainnya.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian penulis merekomendasikan hal-hal mengenai pengaruh *e-trust* terhadap *e-loyalty* sebagai berikut:

1. *E-trust* pada pengguna *BRI Mobile Banking* dikategorikan cukup baik namun terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan berdasarkan penilaian tanggapan paling rendah. Berikut rekomendasi yang dapat diberikan penulis mengenai hal yang harus diperbaiki guna memperoleh kinerja *e-trust* yang lebih baik. Dimensi *perceived privacy* memperoleh nilai tanggapan yang paling rendah, *perceived privacy* merupakan persepsi privasi melalui kepercayaan dalam transaksi *online* yang diperlukan untuk *e-trust*. Pengelola *BRI Mobile Banking* harus dapat memastikan keamanan privasi dari pengguna *BRI Mobile Banking* selama bertransaksi menggunakan layanan *BRI Mobile Banking* agar terhindar dari kerugian bocornya privasi dari pengguna *BRI Mobile Banking* oleh pihak yang tidak bertanggung jawab sehingga perlu bagi *BRI Mobile Banking* untuk membuat sistem keamanan yang dapat menjaga privasi pengguna.
 - a. Jaminan keamanan dalam proses transaksi pembayaran pada *BRI Mobile Banking*, *BRI Mobile Banking* harus mampu menjamin keamanan pelanggan terhadap layanan *BRI Mobile Banking* dengan memberikan kualitas keamanan layanan yang lebih baik lagi seperti merekomendasikan penggunaannya untuk mengganti *password* secara berkala dengan memberikan notifikasi pada aplikasi untuk mengingatkan penggunaannya untuk mengganti *password*.
 - b. Kepercayaan terhadap *BRI Mobile Banking*, *BRI Mobile Banking* harus membuat pelanggan lebih percaya lagi terhadap layanan *BRI Mobile Banking* dengan membangun reputasi yang bagus baik di ranah *offline* atau *online* seperti membangun citra yang baik dalam *social media Instagram*.
 - c. Keyakinan pelanggan mempercayai *BRI Mobile Banking*, *BRI Mobile Banking* diharapkan memiliki upaya dalam meningkatkan keyakinan pelanggan agar pelanggan merasa yakin dan aman ketika menggunakan layanan *BRI Mobile Banking* seperti meningkatkan interaksi yang cepat tanggap pada *social media twitter* jika ada pengguna yang memiliki kendala pada layanan *BRI Mobile Banking*.

- d. Perlindungan informasi data personal pada *BRI Mobile Banking*, *BRI Mobile Banking* perlu meningkatkan kembali upaya dalam menjaga perlindungan informasi data pelanggan *BRI Mobile Banking* karena masih ada beberapa kasus penipuan yang mengatasnamakan pihak *BRI Mobile Banking* yang berasal dari kebocoran data pelanggan *BRI Mobile Banking* kepada pihak yang tidak bertanggung jawab.
- e. Kerahasiaan informasi pribadi pada *BRI Mobile Banking*, *BRI Mobile Banking* perlu meningkatkan upaya kerahasiaan informasi pribadi pelanggan *BRI Mobile Banking* agar tidak ada lagi kasus penipuan yang mengatasnamakan pihak *BRI Mobile Banking*.
- f. Kenyamanan terhadap *BRI Mobile Banking*, *BRI Mobile Banking* perlu menjaga kenyamanan layanan *BRI Mobile Banking* dengan memperhatikan tampilan design, melakukan *update* yang lebih baik dan mengikuti perkembangan teknologi terkini pada aplikasinya agar pelanggan merasa nyaman dan tetap terus menggunakan layanan *BRI Mobile Banking*.
- g. Peningkatan kinerja pada saat menggunakan layanan *BRI Mobile Banking*, *BRI Mobile Banking* harus meningkatkan upaya agar pelanggan semakin merasa terbantu atas kinerja dan kemudahan penggunaan layanan *BRI Mobile Banking* dapat dilakukan dengan cara terus melakukan *maintenance* layanan *BRI Mobile Banking* dengan memperbaiki server layanan agar layanan memiliki kinerja yang baik.
- h. Fleksibilitas layanan *BRI Mobile Banking* yang dirasakan, *BRI Mobile Banking* diharapkan mampu memberikan fleksibilitas terhadap pengguna layanan *BRI Mobile Banking* dengan mengeluarkan produk yang lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan *BRI Mobile Banking* seperti fitur *lifestyle* pada bank pesaing yang berisi kemudahan transaksi dalam melakukan pembelian seperti tiket pesawat, tiket kereta, tiket bioskop, pembayaran zakat, *voucher games*, dan lainnya.
- i. Adaptasi terhadap perubahan pada layanan *BRI Mobile Banking*, *BRI Mobile Banking* perlu terus beradaptasi dengan perubahan yang terjadi pada industri *Mobile Banking* sehingga mampu terus bersaing dengan

- produk-produk *Mobile Banking* lain dan *startup* transaksi keuangan yang baru bermunculan.
- j. Kecepatan membuka dan menutup situs *BRI Mobile Banking*, *BRI Mobile Banking* perlu menjaga kualitas kecepatan layanan *BRI Mobile Banking* ketika pelanggan membuka atau menutup *platform* *BRI Mobile Banking*.
 - k. Respon layanan diproses pada *BRI Mobile Banking*, *BRI Mobile Banking* perlu meningkatkan responsivitas pelayanan pada proses layanan di *BRI Mobile Banking* agar pengguna menjadi lebih terbantu ketika melakukan transaksi pada *BRI Mobile Banking*.
2. *E-loyalty* pada pengguna *BRI Mobile Banking* dikategorikan cukup baik namun terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan berdasarkan penilaian tanggapan paling rendah. Berikut rekomendasi yang dapat diberikan penulis mengenai hal yang harus diperbaiki guna memperoleh kinerja *e-loyalty* yang lebih baik. Dimensi *word of mouth* memperoleh nilai tanggapan yang paling rendah, *word of mouth* merupakan tindakan menyampaikan informasi tentang properti, penggunaan, atau karakteristik produk atau layanan dari satu orang ke orang lain melalui komunikasi lisan informal yang diperlukan untuk *e-loyalty*. Pengelola *BRI Mobile Banking* harus membuat strategi mengenai yang tepat untuk dapat menampung aspirasi dari pengguna *BRI mobile banking* agar aspirasi mereka dapat menjadi pemasaran mulut ke mulut pelanggan lain sehingga akan berdampak pada keberhasilan *e-loyalty* pada perusahaan *BRI Mobile Banking*.
- a. Menyarankan *BRI Mobile Banking* kepada pihak lain, *BRI Mobile Banking* perlu meningkatkan kualitas layanan dengan menyediakan konten pada *social media* tentang testimoni yang baik agar pelanggan menjadi pemasar yang mampu menyarankan layanan *BRI Mobile Banking* kepada calon pelanggan atau pengguna baru.
 - b. Memberi pengaruh kepada pihak lain terhadap *BRI Mobile Banking*, *BRI Mobile Banking* diharapkan dapat membuat konten mengenai

- pengenalan kemudahan fitur pada layanan *BRI Mobile Banking* agar dapat memberikan pengaruh kepada calon pengguna baru.
- c. Pengaruh positif terhadap *BRI Mobile Banking*, *BRI Mobile Banking* perlu membuat tempat agar pengguna dapat memberikan *feedback* positif yang dapat tersampaikan pada calon pengguna baru seperti tempat untuk menampung komentar positif pada laman *website* resmi *BRI Mobile Banking*.
 - d. Pengaruh pengalaman positif dalam menggunakan *BRI Mobile Banking*, *BRI Mobile Banking* penting untuk membuat *platform* digital yang berisi pengalaman positif para pengguna *BRI Mobile Banking* saat menggunakan layanan *BRI Mobile Banking* di laman *website*, pembuatan konten di media sosial agar dapat menjangkau calon pengguna baru agar tertarik menggunakan layanan *BRI Mobile Banking*.
 - e. Pemakaian kembali terhadap *BRI Mobile Banking*, *BRI Mobile Banking* perlu meningkatkan kualitas layanan dengan cara meminimalisir terjadinya *error* pada aplikasi agar pengguna *BRI Mobile Banking* dapat menggunakan layanan secara terus-menerus dan diharapkan mampu meningkatkan loyalitas terhadap perusahaan *BRI Mobile Banking*.
 - f. Kesenangan terhadap *BRI Mobile Banking*, *BRI Mobile Banking* harus menjaga kesenangan pengguna *BRI Mobile Banking* saat penggunaan layanan dengan meningkatkan kualitas kecepatan, kenyamanan, dan kemudahan seperti menambahkan fitur *lifestyle* sehingga mereka merasa terbantu dengan adanya layanan *BRI Mobile Banking*.
 - g. Pelanggan merasa bahagia terhadap *BRI Mobile Banking*, *BRI Mobile Banking* diharapkan dapat membuat promo seperti *voucher* belanja secara rutin atau pada tanggal-tanggal tertentu agar pengguna merasa bahagia saat menggunakan layanan *BRI Mobile Banking*.
 - h. Penilaian positif terhadap *BRI Mobile Banking*, *BRI Mobile Banking* perlu membuat tempat untuk pengguna *BRI Mobile Banking* dalam memberikan penilaian positif sehingga pengguna tidak hanya menjadi

pelanggan tapi juga dapat menjadi pemasar yang mampu menjangkau pengguna baru.

- i. Pengaruh positif yang dirasakan pelanggan terhadap *BRI Mobile Banking*, *BRI Mobile Banking* harus memberikan pengaruh positif dengan memberikan kebermanfaatan layanan *BRI Mobile Banking* atau dengan membuat fitur berbagi terhadap sesama pengguna pada momen tertentu seperti ulang tahun, kelulusan sekolah, pernikahan, dan lainnya menggunakan kartu ucapan.
- j. Minat transaksional terhadap *BRI Mobile Banking*, *BRI Mobile Banking* harus meningkatkan kemudahan transaksional bagi pengguna dengan cara melakukan kerjasama dengan UMKM seperti mendapatkan potongan harga jika melakukan pembayaran dengan *BRI Mobile Banking* sehingga pengguna dapat meningkatkan transaksi penggunaan *BRI Mobile Banking*.
- k. Minat untuk berkomitmen selalu bertransaksi dengan *BRI Mobile Banking*, *BRI Mobile Banking* diharapkan mampu terus menjaga pengguna agar bisa berkomitmen untuk terus menggunakan layanan *BRI Mobile Banking* dengan cara pemberian *doorprize* bulanan terhadap pengguna yang memiliki tabungan dengan jumlah tertentu.
- l. Minat referensial terhadap *BRI Mobile Banking*, *BRI Mobile Banking* perlu menjaga penilaian positif layanan *BRI Mobile Banking* agar pengguna dapat mereferensikan layanan *BRI Mobile Banking* kepada calon pengguna baru dengan cara membuat unggahan pada *social media* seperti *Twitter* mengenai tanggapan-tanggapan positif penggunanya.
- m. Minat kecenderungan pelanggan mereferensikan *BRI Mobile Banking* pada orang lain, *BRI Mobile Banking* perlu merealisasikan kritik dan saran seperti pada *play store* ataupun *app store* yang diberikan pengguna supaya pengguna selalu berkeinginan menggunakan layanan dari *BRI Mobile Banking* dan dapat memberikan pengalaman positif yang dapat dijangkau oleh calon pengguna *Mobile Banking*.

3. Hasil penelitian menyatakan bahwa *e-trust* memiliki pengaruh positif terhadap *e-loyalty*, dengan demikian penulis merekomendasikan supaya perusahaan BRI *Mobile Banking* tetap mempertahankan dan melakukan upaya-upaya peningkatan kembali *e-trust* dengan menciptakan system keamanan terbaik untuk pengguna layanan BRI *Mobile Banking* supaya pengguna BRI *Mobile Banking* merasa aman ketika menggunakan layanan dan dapat tercipta *e-loyalty* yang baik yang akan meningkatkan kinerja layanan BRI *Mobile Banking*. Kelemahan pada penelitian ini salah satunya ialah hanya dilakukan pada satu waktu (*cross sectional*) sehingga terdapat kemungkinan perilaku individu yang cepat berubah dari waktu ke waktu, selain itu variabel yang digunakan dalam penelitian ini belum mewakili semua faktor-faktor yang mempengaruhi *e-loyalty*. Pada penelitian selanjutnya penulis merekomendasikan untuk memperbaharui teori dan faktor-faktor yang digunakan pada *e-trust*, serta melakukan penelitian di objek yang lebih spesifik.