

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang digunakan sesuai tujuan hipotesis yang dilakukan dengan analisis linier regresi berganda, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Ternyata memberikan kemudahan (x_1), praktis (x_2), keamanan (x_3), kenyamanan (x_4), *user friendly* (x_5) berpengaruh secara serempak terhadap kepuasan nasabah (Y), hal ini terlihat dari hasil $F_{hitung} (38,152) > F_{tabel} (2,30)$ atau signifikan $(0,000) < \alpha (0,05)$.

Ternyata memberikan kemudahan (x_1), praktis (x_2), keamanan (x_3), kenyamanan (x_4), *user friendly* (x_5) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah (Y), hal ini terlihat dari nilai t_{hitung} memberikan kemudahan (x_1) $(6,680) > t_{tabel} (1,980)$ atau signifikan $(0,000) < \alpha (0,05)$, nilai t_{hitung} praktis (x_2) $(3,500) > t_{tabel} (1,980)$ atau signifikan $(0,001) < \alpha (0,05)$, nilai t_{hitung} keamanan (x_3) $(2,568) > t_{tabel} (1,980)$ atau signifikan $(0,012) < \alpha (0,05)$, nilai t_{hitung} kenyamanan (x_4) $(2,183) > t_{tabel} (1,980)$ atau signifikan $(0,031) < \alpha (0,05)$, dan nilai t_{hitung} *user friendly* (x_5) $(3,045) > t_{tabel} (1,980)$ atau signifikan $(0,003) < \alpha (0,05)$.

3. Dari kelima variabel yang diteliti, variabel memberikan kemudahan (x_1) karena nilai koefisien regresi 1,472 lebih besar dibandingkan nilai koefisien regresi variabel praktis (x_2) sebesar 1,224, *user friendly* (x_5) sebesar 1,153, keamanan (x_3) sebesar 0,923, dan kenyamanan (x_4) sebesar 0,492.



5.2. Saran

Adapun saran-saran yang dikemukakan sebagai berikut :

1. Diharapkan pelayanan perbankan terhadap fasilitas mobile banking yang meliputi memberikan kemudahan yang berkaitan dengan kemudahan dalam menggunakan *mobile banking*; praktis yang berkaitan dengan bertransaksi perbankan langsung melalui handphone kapan saja dan di mana saja; keamanan yang berkaitan dengan kelengkapan dengan sistem perlindungan maksimal dengan di-*encrypt* (diacak) untuk menjamin keamanan transaksi; kenyamanan yang berkaitan dengan kenyamanan dengan memiliki ATM BCA pribadi tanpa harus keluar rumah atau antri; dan *user friendly* yang berkaitan dengan kemudahan pemakaian menu *mobile banking* BCA oleh siapa saja terus ditingkatkan untuk menambah peningkatan nasabah BCA KCU Darmo Surabaya.
Pihak BCA KCU Darmo Surabaya disamping terus meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan juga harus memperhatikan produk bank yang akan diminati nasabah dengan cara mempromosikan produk tersebut, sehingga mencapai peningkatan kepuasan nasabah.
3. Dari kelima variabel memberikan kemudahan (x_1), praktis (x_2), keamanan (x_3), kenyamanan (x_4), *user friendly* (x_5) yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah yaitu variabel memberikan kemudahan (x_1). Diharapkan fasilitas *mobile banking* pada memberikan kemudahan (x_1) dalam membantu nasabah meliputi : nasabah merasakan mudah dalam menggunakan mobile banking; nasabah dapat melakukan registrasi di mesin ATM terdekat dan



dapat melakukan registrasi di handphone masing-masing; dan nasabah dapat melakukan cek saldo di handphone untuk melihat saldo terakhir; serta nasabah dapat melakukan transfer ke sama-sama BCA maupun Bank lain.



DAFTAR PUSTAKA

Adam Jr, Everett .E, Ronald .J. Ebert, 1992, *Production and Operation Management*, Prentice Hall International.Inc, Fifth Edition, New Jersey.

Alhusin, Syahri, 2003, *Aplikasi Statistik Praktis*, Edisi Kedua, Edisi Revisi, Yogyakarta, Graha Ilmu.

Barata. Atep, Adya, 2003, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, Jakarta, PT. Gramedia.

Bone dan Kuntz, 1995, *Pemasaran*, Prentice Hall, New Jersey.

Dajan, Anto, 1996, *Pengantar Metode Statistik I*, Cetakan 11, Jakarta, LP3ES.

Davis, Keith and John Newstrom, 1993, *Organization Behavior : Human Behavior at Work*, Ninth Edition, Singapore, Mc. Graw Hill, Inc.

Effendy, Rustam, 1996. *Pengantar Marketing Management*, Jilid Dua, Malang, Genius.

Kotler Philips dan Armstrong, 1995, *Principle of Marketing*, Seventh Edition, Prentice Hall International Inc. Englewood Cliff, New Jersey.

_____, 1997, *Marketing Management: Analysis, Plannin, Implementation, and Control*, Ninth Edition, Prentice Hall, Inc. Englewood Cliffs, New Jersey.

Kotler, Philips, 1996, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi pertama, Jilid 2, Jakarta, Intermedia.

_____, 1997, *Pemasaran*, Edisi kedua, Jilid 1, Jakarta, Intermedia.

Singarimbun, Masri, dan Sofian Effendi (Editor), 1995, *Metode Penelitian Survai*, Edisi Revisi, Jakarta, LP3ES.

Sudjana, 1990, *Statistik Untuk Ekonomi dan Niaga*, Edisi ke-5, Jakarta, Tarsiti.

Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi Kesatu, Bandung, Alfa Beta.

Supranto, J., 1997, *Statistik : Teori dan Aplikasi*, Edisi Lima, Jilid 1, Jakarta, Erlangga.

Swastha, Basu, 2000, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Cetakan Kedelapan, Yogyakarta, Liberty.

Tjiptono, Fandy, 1996, *Strategi Pemasaran*, Cetakan keenam, Yogyakarta, ANDI.

_____, 2003, *Strategi Pemasaran*, Edisi II, Cetakan pertama, Yogyakarta, ANDI.



Zeithaml, Valerie A., 1990, *Delivery Quality Service : Balancing Customer Perceptions and Expectations*, New York, The Free Press.

_____, A. Parasuraman and Leonard L. Berry, 1993, *Delivery Quality Service : Balancing Customer Perceptions and Expectations*, New York, The Free Press.

Brosur *BCA Mobile Banking*, Jakarta, Info BCA No. 128, 2006.

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

