

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Kualitas pelayanan *mobile banking* berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan *mobile banking* berperan memunculkan kepuasan pelanggan dalam mengakses aplikasi BRImo dan ini dapat menjadi fokus manajemen BRI dalam meningkatkan kualitas aplikasi yang baik dalam transaksi digital sehingga ketika kebutuhan pelanggan terpenuhi maka kepuasan pelanggan akan terwujud.
2. Kualitas pelayanan *mobile banking* yang baik berkontribusi terhadap loyalitas, sehingga manajemen BRI harus memiliki perhatian terhadap kualitas pelayanan *mobile banking* dalam rangka peningkatan loyalitas seperti kecepatan respon terhadap akses aplikasi yang selama ini dikeluhkan oleh pelanggan.
3. Kepuasan pelanggan memiliki hubungan terhadap loyalitas. Artinya manajemen BRI harus memahami ketika tercapainya kepuasan pelanggan maka loyalitas akan terbentuk dengan sendirinya.
4. Kualitas pelayanan *mobile banking* mempunyai hubungan yang kuat terhadap loyalitas dengan peningkatan kepuasan pelanggan. Sehingga strategi manajemen BRImo dalam peningkatan loyalitas harus melalui program-program yang baik dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, karena dengan melalui kepuasan pelanggan maka berpengaruh terhadap loyalitas dibandingkan hanya fokus kepada kualitas pelayanan *mobile banking* langsung terhadap loyalitas.

V.2 Saran

1. Manajemen BRImo diharapkan senantiasa meningkatkan kualitas pelayanan *mobile banking* dalam upaya mempertahankan/meningkatkan kepuasan pelanggan. Karena ada beberapa permasalahan yang sering muncul dikeluhkan nasabah BRI pengguna BRImo seperti server error yang

menyebabkan gagal transaksi, gagal *update* aplikasi, gagal *update* saldo, *Operating System mobile phone* yang tidak mendukung aplikasi, *mobile phone* sudah *rooted* (sebuah proses yang memungkinkan pengguna *smartphone*, tablet, dan perangkat lain yang menjalankan sistem operasi Android untuk mendapatkan kontrol yang lebih besar, dikenal sebagai "akses *root*" atas berbagai subsistem Android). Serta pada penelitian ini, salah satunya pada variabel kepuasan pelanggan bahwa responden merasakan *mobile banking* BRI menjadi solusi bagi setiap nasabah, artinya pelanggan memiliki persepsi yang baik mengenai BRI_{mo} dapat diandalkan dalam bertransaksi secara digital. Namun hal tersebut harus tetap dipertahankan oleh manajemen BRI_{mo}, karena faktor ini yang berpengaruh pada penggunaan kembali *mobile banking* BRI_{mo}, yaitu:

- a. manajemen BRI_{mo} harus dapat lebih menyederhanakan tahapan-tahapan dalam proses *mobile banking*, sehingga dalam menggunakan *mobile banking* BRI dapat dilakukan secara simpel dan cepat;
- b. menyediakan fitur-fitur yang menarik untuk transaksi digital;
- c. serta meningkatkan kecepatan proses pada server, *operator* harus senantiasa memantau kerja server secara periodik dan terjadwal dan *server* yang *multiplatform*.

Hal ini karena kualitas pelayanan *mobile banking* yang dapat memenuhi harapan pelanggan maka akan tercipta kepuasan pelanggan.

2. Manajemen BRI_{mo} diharapkan terus memperhatikan kualitas pelayanan *mobile banking* yang ditawarkan dalam menciptakan pelanggan yang loyal melalui program-program (aktivitas pemasaran) untuk meningkatkan *retention customer*.

Program-program (kegiatan aktivitas pemasaran) BRI untuk meningkatkan *retention customer*, sebagai berikut:

- a. Pemaksimalan target iklan tentang BRI_{mo} di televisi, *youtube*, dan media sosial milik BRI;
- b. *Rewards* untuk pengunduh aplikasi BRI_{mo} dengan membuka tabungan BRI Britama serta menambah saldo dan memperbanyak transaksi digital menggunakan aplikasi BRI_{mo}. *Rewards* yang bisa diklaim oleh nasabah

pengguna BRImo di perusahaan-perusahaan yang sudah bekerjasama dengan BRI.

Hal ini merupakan upaya-upaya supaya kualitas pelayanan *mobile banking* dapat digunakan dalam strategi menciptakan pelanggan yang loyal.

3. Diharapkan manajemen BRImo dapat memberikan pelayanan yang baik untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan yang dihasilkan akan meningkatkan tingkat loyalitas yang akan diberikan pelanggan kepada perusahaan. Pada penelitian ini, pada variabel loyalitas bahwa responden masih rendah dalam tetap menggunakan *mobile banking* BRI walaupun terkadang memiliki gangguan teknis, yang artinya masih sedikit responden yang tetap setia menggunakan BRImo dikarenakan terkadang mengalami gangguan teknis. Serta pada variabel kualitas pelayanan bahwa responden masih merasa kesulitan dalam mendapatkan pelayanan *Customer Services* (CS) yang mudah dihubungi. Hal tersebut harus dapat diformulasikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan strateginya adalah bagaimana memunculkan nilai-nilai kepuasan dari pelanggan sehingga dapat mempengaruhi dan memberikan dampak positif terbentuknya kepuasan pelanggan untuk mencapai loyalitas, yaitu:
 - a. meningkatkan konektivitas pada BRImo agar tidak terkendala dengan gangguan teknis;
 - b. menerapkan layanan *Customer Services* (CS) dengan layanan mesin penjawab otomatis yang memiliki menu pertanyaan beragam, dan mudah dihubungi (cepat dan tanggap) memberikan solusi kepada pelanggan bertransaksi digital.

Sehingga BRImo menjadi lebih sering digunakan dalam bertransaksi digital (tercipta kepuasan pelanggan), dengan demikian diharapkan pelanggan akan terus menggunakan kembali BRImo dalam segala hal transaksi digital yang dibutuhkan maka tercapai loyalitas dari pelanggan.

4. Manajemen BRI memfokuskan strategi melalui kepuasan pelanggan dalam pengembangan kualitas pelayanan *mobile banking* dalam meningkatkan loyalitas. Pada aplikasi BRImo terdapat kelebihan/keunggulan, yaitu:

- a. Dapat membuat rekening secara *online* dan verifikasi yang memudahkan nasabah dalam aktivitas pembukaan rekening, dengan demikian BRI harus dapat mempunyai sistem keamanan yang baik supaya menjamin kerahasiaan seorang nasabah atau sistem yang digunakannya;
- b. Tersedinya *fast menu* (tanpa harus *login* aplikasi dari *home page* sudah bisa bertransaksi), hal ini tidak tersedia pada aplikasi *mobile banking* lainnya maka merupakan kelebihan yang harus dipertahankan oleh BRI dalam memangkas waktu (*lead time*) yang digunakan nasabah sehingga terkesan aplikasi ini praktis.

Hal ini merupakan upaya BRI dalam menyediakan kualitas pelayanan *mobile banking* yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dari kelebihan/keunggulan BRImo tersebut, sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap BRImo.