

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah, kepercayaan merek, dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Jakarta. Temuan pertama dimana menghasilkan bahwa Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pasca serangan siber. Literasi keuangan syariah membentuk pemahaman dan keyakinan nasabah terhadap prinsip serta produk perbankan syariah, sehingga pemahaman nasabah yang tinggi pada keuangan syariah dapat meningkatkan loyalitas nasabah dan menggunakan layanan BSI secara berkelanjutan pasca serangan siber.

Selanjutnya, variabel Kepercayaan Merek juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pasca serangan siber. Kepercayaan merek berperan penting dalam memperkuat persepsi nasabah terhadap reputasi, integritas, dan keamanan BSI, yang pada akhirnya dengan meningkatnya kepercayaan nasabah pada bank syariah maka akan meningkatkan loyalitas nasabah pasca serangan siber.

Selain itu, Kualitas Layanan, baik layanan fisik maupun digital, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pasca serangan siber. kualitas layanan yang meliputi kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan layanan, baik secara tatap muka maupun digital, menjadi faktor yang paling dirasakan langsung oleh nasabah dan berkontribusi signifikan dalam membentuk loyalitas nasabah pasca serangan siber. Dengan demikian, penguatan literasi keuangan syariah, pemeliharaan kepercayaan merek, serta peningkatan kualitas layanan secara konsisten merupakan kunci utama dalam menjaga dan meningkatkan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia pasca terkena serangan siber pada tahun 2023.

## 5.2. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini mencakup ruang lingkup variabel yang masih difokuskan pada literasi keuangan syariah, kepercayaan merek, dan kualitas layanan, sehingga faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi loyalitas nasabah belum dianalisis secara lebih mendalam. Selain itu, proses identifikasi responden dilakukan melalui verifikasi mandiri karena tidak tersedianya data resmi terkait daftar nasabah Bank Syariah Indonesia di wilayah Jakarta, meskipun telah diterapkan kriteria dan pertanyaan penyaring untuk memastikan relevansi responden dengan objek penelitian. Keterbatasan waktu penelitian serta keterjangkauan responden antar wilayah di Jakarta juga menjadi tantangan dalam proses pengumpulan data. Namun demikian, langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini tetap mengedepankan validitas dan reliabilitas data, sehingga hasil penelitian diharapkan tetap memberikan kontribusi yang bermakna bagi pengembangan kajian dan praktik perbankan syariah.

## 5.3. Saran

Merujuk pada temuan penelitian yang telah diperoleh, peneliti menyusun beberapa saran yang diberi kepada pihak-pihak terkait sebagai berikut:

### a) Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berikutnya disarankan untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, variabel-variabel lain seperti kepuasan pelanggan, agama, nilai yang dirasakan, atau pengalaman digital juga perlu dimasukkan. Selain itu, penggunaan teknik pengambilan sampel probability sampling dan jumlah sampel yang lebih besar akan meningkatkan representativitas hasil penelitian. Peneliti juga dapat memperluas cakupan wilayah penelitian atau melakukan studi komparatif antar bank syariah untuk mengetahui perbedaan perilaku loyalitas nasabah di berbagai konteks. Pendekatan metode campuran (*mixed methods*) juga menjadi alternatif untuk menggali pemahaman yang mendalam mengenai preferensi dan pertimbangan nasabah.

### b) Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini memperlihatkan pentingnya meningkatkan literasi keuangan syariah nasabah melalui program edukasi yang terarah, baik melalui konten digital, seminar, maupun fitur edukatif pada aplikasi BSI Mobile. Bank juga perlu terus memperkuat kualitas layanan baik layanan tatap muka maupun layanan digital dengan memastikan kecepatan, keamanan, dan kenyamanan transaksi. Kepercayaan merek perlu dijaga melalui konsistensi layanan, transparansi informasi, serta peningkatan keamanan sistem, terutama mengingat tingginya ketergantungan nasabah pada layanan digital. Implementasi strategi tersebut secara berkelanjutan diharapkan dapat memperkuat loyalitas nasabah dan meningkatkan daya saing BSI di tengah dinamika industri perbankan syariah.