

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berlandaskan temuan penelitian terkait pengaruh Kualitas Layanan Digital dan Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai variabel mediasi pada pengguna aplikasi *Wondr by BNI*, maka dapat ditarik sejumlah kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan Digital (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Temuan ini mengindikasikan bahwasanya peningkatan kualitas layanan yang disediakan melalui aplikasi *Wondr by BNI* berkontribusi atas penguatan loyalitas nasabah. Oleh sebab itu, hipotesis pertama (H_1) diterima.
2. Kemudahan Penggunaan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Temuan tersebut mengindikasikan bahwasanya kemudahan dalam memahami, mengakses, serta mengoperasikan aplikasi *Wondr by BNI* berkontribusi atas peningkatan kecenderungan nasabah untuk mempertahankan penggunaannya. Oleh sebab itu, hipotesis kedua (H_2) diterima.
3. Kualitas Layanan Digital (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Z). Peningkatan reliabilitas sistem, kecepatan transaksi, keamanan layanan, serta aksesibilitas aplikasi terbukti berkontribusi atas bertambahnya kepuasan pengguna *Wondr by BNI*. Oleh sebab itu, hipotesis ketiga (H_3) diterima.
4. Kemudahan Penggunaan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Z). Kemudahan dalam mengoperasikan *Wondr by BNI* mampu memperbaiki evaluasi nasabah atas pengalaman pemakaian aplikasi. Oleh sebab itu, hipotesis keempat (H_4) diterima.
5. Kepuasan Nasabah (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Koefisien hubungan tersebut merupakan yang tertinggi dibandingkan pengaruh langsung lainnya, sehingga Kepuasan Nasabah dapat dipandang sebagai prediktor langsung terkuat terhadap Loyalitas Nasabah dalam model penelitian. Peningkatan kepuasan mendorong kecenderungan pengguna untuk terus memanfaatkan aplikasi, melakukan transaksi berulang, dan merekomendasikan *Wondr by BNI* kepada orang lain. Oleh sebab itu, hipotesis kelima (H_5) diterima.

6. Kepuasan Nasabah (Z) berperan sebagai variabel mediasi parsial. Berlandaskan temuan uji mediasi mempergunakan VAF, kepuasan nasabah mampu memediasi korelasi antara kualitas layanan digital serta kemudahan penggunaan atas loyalitas nasabah. Namun, karena pengaruh langsung kedua variabel independen atas loyalitas nasabah tetap signifikan, maka jenis mediasi yang terjadi adalah mediasi parsial (*partial mediation*).

Secara keseluruhan, temuan penelitian mengindikasikan bahwasanya Kualitas Layanan Digital serta Kemudahan Penggunaan memiliki kontribusi penting dalam meningkatkan Kepuasan serta Loyalitas pengguna aplikasi Wondr by BNI. Kepuasan Nasabah berfungsi sebagai mekanisme perantara yang memperkuat penyaluran pengaruh kedua konstruk eksogen terhadap pembentukan Loyalitas Nasabah.

5.2 Saran

Berlandaskan temuan penelitian serta kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti menyajikan sejumlah saran yang dapat menjadi masukan bagi pihak terkait maupun peneliti selanjutnya:

5.2.1 Saran Praktis bagi PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk

1. Meningkatkan kualitas layanan digital secara berkelanjutan. PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk perlu terus menjaga stabilitas sistem aplikasi *Wondr by BNI*, meningkatkan kecepatan proses transaksi, memperkuat keamanan layanan digital, serta memastikan aplikasi dapat diakses dengan lancar tanpa gangguan.
2. Mengoptimalkan kemudahan penggunaan aplikasi. Penyederhanaan alur transaksi, penyempurnaan tampilan antarmuka (user interface), dan peningkatan navigasi menu perlu terus dilakukan agar aplikasi semakin mudah dipahami dan digunakan oleh seluruh kelompok pengguna.
3. Meningkatkan kepuasan nasabah sebagai prioritas utama. Karena ini terbukti menjadi faktor paling dominan dalam membentuk loyalitas, BNI perlu fokus pada peningkatan pengalaman pengguna (user experience), kualitas layanan bantuan (customer support), serta inovasi fitur yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.
4. Melakukan evaluasi rutin terhadap pengalaman pengguna. PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk disarankan untuk secara berkala melaksanakan survei

kepuasan nasabah dan menganalisis ulasan pengguna pada platform digital guna mengetahui aspek layanan yang perlu diperbaiki dan dikembangkan.

5. Mengembangkan program loyalitas dan personalisasi layanan. Untuk meningkatkan loyalitas nasabah, BNI dapat mengembangkan program loyalitas yang lebih menarik, memberikan penawaran yang relevan dengan kebutuhan pengguna, serta meningkatkan personalisasi layanan digital.

5.2.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya

Menambahkan variabel lain yang berpotensi menentukan loyalitas nasabah. Penelitian selanjutnya dapat memasukkan variabel seperti kepercayaan (trust), persepsi risiko, keamanan transaksi, citra merek, atau nilai yang dirasakan (perceived value) agar model penelitian menjadi lebih komprehensif. Memperluas objek dan wilayah penelitian. Penelitian ini terbatas pada pengguna aplikasi *Wondr by* BNI di wilayah DKI Jakarta. Peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan wilayah penelitian atau membandingkan dengan pengguna aplikasi *mobile banking* dari bank lain. Studi mendatang perlu mengembangkan diversifikasi metodologis dengan mengintegrasikan pendekatan kualitatif atau *mixed methods* ke dalam analisis kuantitatif berbasis SEM-PLS guna mengeksplorasi pengalaman dan perilaku pengguna *mobile banking* secara lebih komprehensif. Penerapan desain longitudinal juga direkomendasikan untuk mengidentifikasi perubahan temporal dalam tingkat loyalitas dan pola penggunaan aplikasi selama periode pengamatan tertentu.

Dengan adanya saran-saran tersebut, diharapkan PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk dapat terus mengoptimalkan kualitas layanan digital aplikasi *Wondr by* BNI sehingga mampu memberikan kepuasan yang lebih tinggi dan mempertahankan loyalitas nasabah secara berkelanjutan.