

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Dalam penelitian ini, hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah Bank BCA Jambi dengan *kebahagiaan nasabah* sebagai *variabel intervening*, dengan metode analisis yang digunakan yaitu *path analysis*. Maka dapat disimpulkan, bahwa suatu loyalitas dapat terwujud atas pengaruh dari kualitas layanan perbankan (*mobile banking*) yang baik. Dari kualitas layanan *mobile banking* yang baik dapat membentuk suatu respon dan pengalaman transaksi perbankan yang baik dari nasabah yaitu suatu rasa kebahagiaan . Bila nasabah sudah merasakan bahagia (*happiness*) atas kualitas layanan *mobile banking* Bank BCA Jambi , nasabah akan mudah dan mau membagikan pengalaman baik mereka kepada nasabah lainnya. Dan hal ini akan sejalan dengan terbentuk nya sebuah *engagement* yang baik dan berdampak pada loyalitas nasabah .

6.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat disarankan kepada berbagai pihak sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap loyalitas nasabah, secara simultan variabel kualitas layanan *mobile banking* dan kebahagiaan nasabah berpengaruh positif atau signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BCA Jambi. Oleh karena itu, perusahaan hendaknya mempelajari keinginan nasabah yang sesungguhnya ketika memanfaatkan layanan *mobile banking* yang dilakukan oleh nasabah. Lalu, perusahaan harus terus meningkatkan kualitas layanan *mobile banking* agar dapat memberikan

pengalaman transaksi yang baik kepada nasabah sehingga nasabah merasa bahagia dan berpengaruh positif/baik terhadap loyalitas nasabah kepada Bank BCA Jambi.

2. Bagi Akademisi

Terdapat beberapa variabel lain yang dapat diteliti dalam bidang pemasaran perbankan dalam rangka memperluas wawasan dan penelitian. Teknik dan metodologi yang digunakan juga dapat dikembangkan dengan teknik regresi berganda, *structural equation modelling* (SEM) dan lainnya. Dengan adanya perbedaan variabel dan teknik metodologi, diharapkan penelitian dibidang pemasaran dapat berkembang.