

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Dari temuan mengenai “Pengaruh *Call Center* (X1), *M-Banking* (X2) dan Biaya Admin (X3) terhadap loyalitas nasabah (Y) BSI” yang sejalan dengan pertanyaan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel *Call Center* tidak berpengaruh secara signifikan pada loyalitas nasabah BSI.
2. Secara parsial variabel *M-Banking* (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y).
3. Diketahui bahwa secara parsial variabel variabel Biaya Admin (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah (Y).
4. Pada uji F (simultan) Diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 sehingga $0,000 < 0,05$ atau nilai signifikan $< 0,05$ maka sesuai kriteria pengujian terima H1. maka disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen atau variabel X1,X2 dan X3 secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y.

6.2 Saran

Dari rangkuman tersebut, terdapat saran yang dapat diajukan yaitu sebagai berikut:

1. Bagi pihak perbankan agar dapat terus mengoptimalkan fitur-fitur M-Banking untuk memberikan kemudahan, kenyamanan, dan keamanan dalam transaksi nasabah, serta memastikan layanan selalu tersedia dengan minim gangguan, Melakukan peninjauan terhadap kebijakan Biaya Admin agar tetap kompetitif dan sesuai dengan kebutuhan pasar, sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah.
2. Bagi pihak nasabah Nasabah disarankan untuk lebih memanfaatkan layanan M-Banking yang menawarkan kemudahan dan efisiensi waktu dalam bertransaksi, Nasabah diharapkan untuk memahami kebijakan terkait biaya admin dan membandingkannya dengan layanan yang diterima, guna mengoptimalkan manfaat dari layanan yang digunakan serta Memberikan umpan balik kepada bank terkait layanan *Call Center* , M-Banking, atau kebijakan Biaya Admin, sehingga bank dapat melakukan perbaikan berdasarkan kebutuhan nyata nasabah.
3. Bagi peneliti selanjutnya Mengkaji variabel lain yang dapat memengaruhi loyalitas nasabah, seperti kualitas pelayanan, kepercayaan, atau reputasi bank, Menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali lebih dalam persepsi nasabah mengenai layanan *Call Center* , M-Banking, dan Biaya Admin, sehingga dapat melengkapi hasil kuantitatif.