

BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari jawaban atas rumusan masalah yang ditujukan dalam penelitian yaitu apakah desain *website*, kepercayaan, kegunaan, dan keamanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah dalam penggunaan *internet banking* di sektor perbankan Batam. Hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa tidak semua faktor atau variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian ini bersifat komparatif yakni membandingkan antara kepuasan nasabah generasi X dan Y yang dilihat dari rentang usia. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan factor-faktor kepuasan nasabah dalam dua generasi ini dalam menggunakan produk *internet banking*.

Hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa variabel desain *website* memiliki pengaruh tidak signifikan negatif terhadap kepuasan nasabah generasi X. Hal ini membuktikan bahwa kalangan nasabah generasi X sama sekali tidak melihat faktor desain *website* sebagai indikator kepuasan dalam bertransaksi secara *online*.

Namun variabel desain *website* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah generasi Y dalam penggunaan produk *internet banking*. Hal ini menyatakan bahwa nasabah dari kalangan generasi Y dengan rentang usia 19-30 tahun sangat melihat variabel desain *website* dari suatu bank sebagai salah satu indikator kepuasan dalam penggunaan produk *internet banking*.

Variabel kepercayaan juga merupakan salah satu variabel penting yang berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, dikarenakan dengan adanya kepercayaan dari nasabah akan produk *internet banking* yang digunakan akan membuat nasabah ingin dan puas dalam menggunakan layanan internet banking. Dari hasil penelitian yang telah penulis lakukan, terdapat hubungan signifikan positif dari antara dua generasi nasabah yang terpilih sebagai obyek penelitian terhadap penggunaan *internet banking*. Hal ini menyatakan bahwa variabel kepercayaan dalam penggunaan produk *internet banking* sangat berpengaruh pada kepuasan nasabah.

Variabel kegunaan juga ternyata memiliki hubungan signifikan positif terhadap kepuasan nasabah generasi X dan Y. Karena sebuah produk *internet banking* pada masa kini dan pada umumnya seperti yang kita telah ketahui, bukan hanya dapat digunakan untuk sekedar bisa bertransaksi finansial saja. Seperti contohnya, penggunaan internet banking Bank Central Asia di dalam salah satu *channel e-banking* nya yaitu KlikBCA juga kini menyediakan fasilitas tambahan seperti beberapa menu pilihan untuk *apply* kartu kredit, aktivasi kartu kredit, dsb. Hal ini tentu saja sangat membantu nasabah dalam memuaskan keinginannya tanpa harus datang ke Bank.

Berdasarkan penelitian tersebut juga ditemukan bahwa variabel keamanan ternyata tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan nasabah generasi Y, namun variabel tersebut berhubungan positif terhadap kepuasan nasabah generasi X. Hal ini menyatakan bahwa nasabah generasi X sangat menjadikan variabel keamanan suatu produk *internet banking* sebagai salah satu

indikator penting dalam penggunaan produk *internet banking*. Sedangkan bagi nasabah generasi Y, variabel keamanan tidak memiliki peran yang begitu penting terhadap kepuasan dalam penggunaan produk *internet banking*.

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan dalam pelaksanaannya, sehingga berpengaruh terhadap hasil penelitian yang diperoleh secara keseluruhan. Adapun keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini adalah:

- a. Penelitian ini hanya dilakukan pada nasabah beberapa Bank yang ada di Batam. Akan lebih baik lagi jika penelitian berikutnya dilakukan pada seluruh nasabah Bank swasta dan negeri di wilayah Kota Batam sehingga penelitian serta pembahasan lebih beragam..
- b. Pengaruh antara variabel independen desain website dan keamanan terhadap kepuasan nasabah memiliki hubungan yang tidak signifikan antar kedua generasi nasabah, sehingga akan lebih baik lagi jika penelitian berikutnya akan menemukan variabel yang signifikan.
- c. Sulitnya mendapatkan responden untuk diminta informasi dalam melakukan pengisian kuesioner. Sebagai contoh responden yang tidak mau mengisi atau bahkan sekedar menulis kuesioner yang diberikan, sehingga pengisian kuesioner ini benar-benar tertunda dan lewat dari jadwal yang sudah ditentukan

5.3 Rekomendasi

Rekomendasi yang dapat dijadikan pertimbangan untuk penelitian yang akan datang adalah sebagai berikut:

- a. Pada penelitian ini objek kepuasan nasabah yang diteliti adalah nasabah dari beberapa Bank yang ada di Batam, sehingga disarankan untuk penelitian selanjutnya agar bias memperluas objek penelitian sehingga dapat menghasilkan hasil yang lebih akurat dan memuaskan
- b. Penggunaan model penelitian dapat dikombinasikan dengan penelitian lain yang juga berhubungan dengan kepuasan nasabah, dan juga bisa menambahkan variabel biaya transaksi dimana biaya transaksi yang berbeda antara satu Bank dengan yang lainnya tentu akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *internet banking*.
- c. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode survey melalui wawancara secara langsung sehingga akan lebih efektif dan mudah sehingga tidak memakan waktu yang terlalu lama

5.4 Implikasi Manajerial

Hasil penelitian ini memberikan implikasi pada kebijakan organisasi perbankan pada khususnya dalam produk *internet banking* untuk meningkatkan kepada kepuasan nasabah, seperti menerima saran dan masukan dari nasabah tentang hal-hal yang masih perlu diperhatikan dalam merancang sebuah aplikasi *internet banking* yang baik.

Variabel desain website pada penelitian ini ternyata cukup berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah generasi Y. Rentang usia 19-30 tahun tergolong masih cukup produktif dan cukup peka terhadap segala inovasi yang ditawarkan oleh perkembangan teknologi seperti inovasi-inovasi dari *internet banking* seperti fitur *chatting online* dengan *user*, dsb. Hal ini dapat menjadi sebuah pedoman untuk dapat mengukur target pengguna *internet banking* ke depannya yang tentunya lebih dititikberatkan ke para nasabah generasi Y dan selanjutnya.

Variabel kepercayaan pada penelitian ini memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap kepuasan nasabah. Tentunya masih ada banyak sekali contoh aplikasi yang sudah disediakan oleh Bank-Bank era ini yang diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap performa Bank-Bank tersebut. Mengingat bahwan layanan *internet banking* sendiri pada zaman ini sudah sangat beragam, seperti contohnya *mobile banking*.

Variabel kegunaan pada penelitian ini memberikan pengaruh signifikan diantara kedua generasi yang telah menjadi obyek penelitian ini. Hal ini dapat membuktikan bahwa semakin fungsional sebuah *internet banking*, maka akan semakin meningkatkan frekuensi penggunaan nasabah terhadap produk tersebut.

Seperti contohnya, dengan adanya penambahan fitur info kurs yang *update*, info kartu kredit, info perkreditan, dsb yang sekiranya masih belum ada di hamper semua fitur aplikasi *internet banking* di Indonesia.

Variabel keamanan dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang cukup signifikan terhadap kepuasan nasabah pada generasi X dengan rentang usia 31-53

tahun. Hal ini dapat membuktikan bahwa kalangan nasabah generasi x tentu sangat fokus dan sangat bergantung pada seberapa aman sebuah produk *internet banking* dalam menjalankan transaksi. Meskipun hal ini ternyata berhubungan signifikan negatif terhadap kepuasan nasabah generasi y dengan rentang 19-31 tahun. Dengan hasil seperti ini, dapat dilihat bahwa factor keamanan ternyata tidak menjadi masalah besar bagi para nasabah dari kalangan generasi Y yang pada umumnya adalah kalangan yang jauh lebih produktif.

Upaya yang dapat diambil adalah dengan menambahkan faktor lain yang lebih mendukung sehingga dapat lebih berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian faktor-faktor tersebut dapat menjadi masukan kepada pihak perbankan dalam meningkatkan kinerja dan kualitas *internet banking* mereka. Hal ini diharapkan menjadi pedoman dan rujukan oleh para pejabat perbankan untuk dapat membuat layanan *internet banking* yang mendapat intensitas dan ketertarikan dari nasabah untuk menggunakannya.