

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai pengaruh *mobile banking service* dan *customer perceived value* melalui *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*, dalam hal ini maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh positif signifikan *Mobile Banking Service* terhadap *Customer Satisfaction*.
2. Terdapat pengaruh positif signifikan *Customer Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction*.
3. Terdapat pengaruh positif signifikan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty*.
4. Tidak terdapat pengaruh positif signifikan *Mobile Banking Service* terhadap *Customer Loyalty*, namun terdapat pengaruh tidak langsung antara *mobile banking service* terhadap *customer loyalty* melalui variabel kepuasan nasabah.
5. Terdapat pengaruh positif signifikan *Customer Perceived Value* terhadap *Customer Loyalty* dan terdapat pengaruh secara tidak langsung antara *customer perceived value* terhadap *customer loyalty* melalui kepuasan nasabah.

B. Saran

1. Bagi Bank

Melihat fakta yang ada di lapangan, masih terdapat banyak nasabah Bank syariah Mandiri KCP Krian yang belum menggunakan *mandiri syariah mobile*. Dalam hal ini perlu adanya edukasi dan sosialisasi bagi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Krian mengenai layanan *mobile banking*, karena masih banyak nasabah yang belum mengetahui kegunaan, tata cara kerja, dan kemudahan yang didapatkan dalam penggunaan mandiri syariah *mobile*. Diharapkan setiap variabel dan indikator yang terdapat pada penelitian ini, dijadikan bahan pertimbangan dan sumbangan pemikiran bagi bank selaku penyedia layanan jasa keuangan dalam mengambil kebijakan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan oleh peneliti agar jumlah variabel-variabel dapat dikembangkan lebih lanjut, agar kedepannya penelitian ini akan berkembang dan bertambah menjadi lebih baik.