

BAB V

Penutup

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini mengenai pengaruh *Customer Experience*, *Word of Mouth*, dan Kepercayaan pada BYOND by BSI terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Kota Padang), dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Customer experience* pada BYOND by BSI memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Ini berarti bahwa semakin baik pengalaman nasabah dalam menggunakan aplikasi, semakin tinggi loyalitas mereka terhadap BSI.
2. *Word of mouth* pada BYOND by BSI juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa rekomendasi dan pembicaraan positif dari mulut ke mulut antar nasabah secara efektif meningkatkan kesetiaan mereka.
3. Berbeda dengan hipotesis awal, kepercayaan pada BYOND by BSI ditemukan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Meskipun nasabah mungkin memiliki kepercayaan konseptual terhadap BSI sebagai institusi, pengalaman negatif berulang dengan aplikasi (seperti gangguan sistem dan kurangnya transparansi) dapat menyebabkan kekecewaan yang justru mengurangi loyalitas.
4. Secara simultan, *customer experience*, *word of mouth*, dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap

loyalitas nasabah. Ketiga variabel ini mampu menjelaskan 58,6% variasi loyalitas nasabah, sementara 41,4% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat diambil saran sebagai berikut :

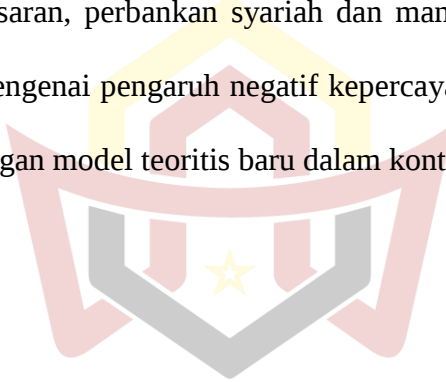
1. Bagi Bank Syariah Indonesia
 - a. Peningkatan kualitas layanan digital: prioritaskan investasi pada stabilitas sistem BYOND by BSI untuk meminimalkan gangguan dan kegagalan transaksi, tingkatkan efisiensi dan kecepatan respons *customer service* dalam menangani keluhan, terapkan transparansi informasi yang lebih baik terkait isu teknis dan pemulihan layanan serta pastikan optimalisasi fungsionalitas seluruh fitur aplikasi.
 - b. Optimalisasi *word of mouth* : dorong *word of mouth* positif melalui pengalaman nasabah yang unggul dan pertimbangkan program referral, serta lakukan pemantauan aktif dan respons cepat terhadap *word of mouth* negatif di berbagai platform.
 - c. Penguatan kepercayaan holistik: bangun kepercayaan melalui konsistensi kinerja layanan yang prima, bukan hanya reputasi institusi dan edukasi nasabah secara berkelanjutan mengenai aplikasi dan aspek keamanannya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk menambahkan atau mencari variabel lain seperti kepuasan nasabah, kualitas layanan, atau brand image untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif dan memperluas objek penelitian pada wilayah atau aplikasi perbankan syariah lainnya agar hasil penelitian lebih bersifat generalizable.

3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian dapat menjadi referensi dan bahan diskusi dalam studi pemasaran, perbankan syariah dan manajemen layanan digital. Temuan mengenai pengaruh negatif kepercayaan dapat menjadi dasar pengembangan model teoritis baru dalam konteks layanan digital.



UIN IMAM BONJOL
PADANG

DAFTAR PUSTAKA

- Alfisyahri, Feni, dan Aditama Wijaya. *Peran Sektor Perbankan terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis 24, no. 1 (2021): 37–46
- Andriani, Dita Mutiara. *Pengaruh Customer Experience dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Aplikasi Livin By Mandiri di Bank Mandiri KCP Medan Pulau Pinanghal*. Skripsi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area, 2023.
- Andriyani, Ni Kadek Reinita, dan Putu Gde Arie Yudhistira. *How Does Conventional Travel Agent Services Enhance Brand Loyalty? The Relationship Between Customer Experience, Brand Credibility, and Brand Trust*. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan 16, no. 1 (2023): 163–176. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v16i1.43170>.
- Apriati, Irma dwi, and Dr. Sulis riptiono. *Pengaruh Green Product, Brand Image Dan Customer Experience, Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Tupperware Dikabupaten Kebumen)*. Jurnal Hukum Dan Ilmu Sosial, 2021, 1–4.
- Arif, Mohammad Sony Zakiyuddin. *Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian*. Jurnal Ilmu Manajemen, 2020.
- Aryatilandi, S., Al. M. Ramdan, dan E. Sunarya. *Analisis Word of Mouth dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di Kota Sukabumi*. JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara 3, no. 1 (2020): 54–65. <https://doi.org/10.26533/jmd.v3i1.554>.
- Astuti, Yulia Widi, Ratno Agriyanto, and Ahmad Turmudzi. *Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science) 19, no. 3 (2020): 134–158. <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i3.134-158>.

- Bank Syariah Indonesia "BYOND By BSI – Produk dan Layanan" | Bank Syariah Indonesia (2024) <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/byond-by-bsi>
- Bank Syariah Indonesia. “Pengguna BYOND by BSI Tumbuh Pesat Tembus 3,5 Juta User.” 7 Maret 2025. Diakses 5 Juni 2025. <https://www.bankbsi.co.id>.
- BYOND by BSI, *ulasan pengguna*, Maret 2025, diakses 5 Juni 2025, melalui Google Play Store
- Bank Syariah Indonesia. *SuperApp BYOND by BSI Resmi Diluncurkan*. 11 November 2024. Diakses 21 Agustus 2025. <https://www.bankbsi.co.id>
- Cendiknya Maulana Artha, *Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Internet Banking Bank Syariah Di Surabaya Dan Sidoarjo*, Skripsi (Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya, 2020), 24
- Chiguvi, Douglas, and Paul T Guruwo. *Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty” in The Banking Sector*. International Journal of Scientific Engineering and Reaserch, 2017.
- Djaali, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2020), 57.
- Dr. Erik Saut M.Si H Hutahaeen, S.Psi. and Tiara Anggita Perdini S.Psi, *Metode Penelitian Kuantitatif: Untuk Mahasiswa Psikologi*, 2023.
- Emy Widyastuti, and Yusvita Nena Arinta. *Perbankan Syariah Dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia: Bagaimana Kontribusinya?* Al-Muzara’Ah 8, no. 2 (2020): 129–140. <https://doi.org/10.29244/jam.8.2.129-140>.
- Fadilla, Nur, Rahmi Syahriza, and Budi Harianto, *Pengaruh Promotion, Service Quality, and Customer Experience Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Medan Pulo Brayan*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 10, no. 02 (2024): 1514–1523.
- Firdaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistic Version 26.0*. Riau: Dotplus Publisher. (2021), 226
- Gentile, C., N. Spiller, dan G. Noci. *How to Sustain the Customer Experience: An Overview of Experience Components That Co-Create Value with the Customer*. European Management Journal 25, no. 5 (2007): 395–410.

<https://doi.org/10.1016/j.emj.2007.08.005>.

Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*.

Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.

Hernawan, Mega, and Cundo Harimurti. *Pengaruh Customer Experience Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Smartfren*.

Jurnal Administrasi Bisnis 2, no. 1 (2022): 61–77.

Hironymus G, dan Hantono. *Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS*. Medan: PT. Penerbit Mitra Grup, 2020.

Hussein, Ananda Sabil, Sumiati Sumiati, Raditha Hapsari, dan Juhaida Abu Bakar.

Bank 4.0 Experiential Quality and Customer Loyalty: A Serial Mediating Role of Customer Trust and Engagement. The TQM Journal 34, no. 8 (2022): 1705–1728. <https://doi.org/10.1108/TQM-11-2021-0344>.

Joesyiana, K. *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau)*. Jurnal Valuta 4, no. 1 (2018): 71–85.

Karimah, Nur. *Pengaruh Customer Experience dan Customer Value terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Potacorn Pasuruan)*. Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2023.

KBBI, *kamus besar bahasa Indonesia*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2001), h. 567

Khoirunnisa, Syifa. *Pengaruh Customer Experience dan Complaint Handling terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening: Studi pada KCP UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023.

Kompas.com, “*Aplikasi BYOND BSI Gangguan*” 2 Juni 2025, diakses 5 Juni 2025

Kotler dan Keller, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Erlangga, 2010), h. 55

- Kurniasih, D., dan E. Elizabeth. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Jasa*. Review Akuntansi, Manajemen, dan Bisnis 1, no. 1 (2021) : 1:8. <https://doi.org/10.35912/ralmbis.v1i1.400>.
- Ledesman, M. *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi pada BSM Cabang Bandar Jaya)*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 2018.
- Mailia, Jeni. *Pengaruh Customer Experience terhadap Loyalitas Pelanggan O'Chicken Gobah Ditinjau dari Ekonomi Syariah*. Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2020.
- Mansur, Muhammad Jamal, and Winda Evyanto. *Pengaruh Citra Merek , Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Lazada Di Kota Batam* SEIKO : Journal of Management & Business.7, no. 1 (2024): 579–591.
- Mardianti, dan Suhardi. *Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Ganda Nusantara Persada di Batam*. Jurnal Disrupsi Bisnis 6, no. 4 (2023): 365–375.
- Marhawati, dkk. *Statistika Terapan*. Sukoharjo: Tahta Media Group. 2022, cet. 1, 91.
- Muharam, H., H. Chaniago, E. Endraria, dan A. Bin Harun. *E-Service Quality, Customer Trust and Satisfaction: Market Place Consumer Loyalty Analysis*. Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi 8, no. 2 (2021): 237. <https://doi.org/10.24252/minds.v8i2.23224>.
- Nasution, A. Dhenny Novianydry, Arlina Nurbaiti Lubis, dan Amlis Syahputra Silalahi. *The Influence of Customer Experience and Electronic Word of Mouth on the Participants' Loyalty Through Customer Value as an Intervening Variable in BPJamsostek, Medan City Branch*. International Journal of Research and Review 9, no. 8 (2022): 338–354. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20220827>.
- Nasution, S. L., C. H. Limbong, dan D. A. Ramadhan. *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga terhadap Keputusan*

- Pembelian pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu)*. Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen) 7, no. 1 (2020): 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). *Statistik Perbankan Syariah Desember 2024*. Jakarta: OJK, 2024. <https://www.ojk.go.id>.
- Pambudi, Prima Luhur, Nuruni Ika Kusuma Wardhani, dan Zawawi. *Customer Experience and Customer Satisfaction on Blibli Customer Loyalty in the City of Surabaya*. International Journal of Economics and Community 2, no. 2 (2023): 443–451. <https://doi.org/10.55299/ijec.v2i2.540>
- Parhusip, Austin Alexander. *Analisis Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Layanan Online (Grab) Di Wilayah Kota Medan*. Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition) 3, no. 2 (2022): 107. <https://doi.org/10.22303/accumulated.3.2.2021.107-118>.
- Prasetyo, Al., & Wahyuati, Al. *Pengaruh Strategi Promosi dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopiganes*. Jurnal Ilmu Dalam Riset Manajemen 5, no. 1 (2016): 1–17.
- Prasetyo, Edi, dan Ayu Lestari. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Ilmu Manajemen Terapan 12, no. 1 (2022): 45–56
- Prayoga, I Made Surya, I Gusti Ayu Ketut Giantari, Putu Yudi Setiawan, dan I Gusti Ngurah Jaya Agung Widagda K. *Green Loyalty – Empirical Experience from a Systematic Literature Review*. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora 13, no. 1 (2024): 153–165. <https://doi.org/10.23887/jish.v13i1.74845>.
- PT Bank Syariah Indonesia Tbk. *Laporan Tahunan 2024*. Diakses dari: <https://www.bankbsi.co.id>
- Rafsanjani, R. H. *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan dan Word of Mouth terhadap Loyalitas Pelanggan*. Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 2022.
- Ramadhani, Mutiara, Ikhbal Akhmad, dan Sulistyandar. *Pengaruh Word of Mouth*

- dan Store Atmosphere terhadap Loyalitas Konsumen di S3 Coffee dan Café.* Jurnal Ilmiah Mahasiswa, no. 1 (2023): 49–60. <https://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/view/7500>
- Ratih PS, Anak Agung Ayu, dan Ni Nyoman KY. *Kepercayaan Pelanggan Di Antara Hubungan Citra Perusahaan Dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.Com.* Klaten: Lakeisha, 2020.
- Rismayani, Ni Putu Sri Rahayu, I Nengah Suardhika, dan I Gede Rihayana. *The Influence of Service Quality, Customer Trust and Word of Mouth on Customer Loyalty at Ana Motor Badung Workshop.* Journal of International Conference Proceedings 6,no. 7 (2023): 239–252. <https://doi.org/10.32535/jicp.v6i7.2822>.
- Rulian, Evelin Putri, and Kurniawati Kurniawati. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Nasabah Mobile Banking Di Indonesia: Studi Tentang Perspektif Kaum Muda Sebagai Pengguna.* Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan 17, no.2(2023): 521. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i2.2009>.
- Safitri, Vika Nur, and Emy Widyastuti. *Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Customer Experience, Word Of Mouth Dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah.* Al-Bank: Journal of Islamic Banking and Finance 3,no.1(2023): 71. <https://doi.org/10.31958/ab.v3i1.8133>.
- Sarimuda, Sarimuda. *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bca Jambi Dengan Kebahagiaan Nasabah Sebagai Variabel Intervening.* Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan 11, no. 01 (2022): 132–146. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i01.17272>.
- Sari, Maulidya. *Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Emina (Studi Kasus Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sumatera Utara).* Skripsi S1, Universitas Medan Area, 2021.
- Setiawan, Muhammad Haiqal, Rachman Komarudin, dan Desiana Nur Kholifah. *Pengaruh Kepercayaan, Tampilan dan Promosi terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace.* Jurnal Infortech 4, no. 2 (Desember 2022): 139–147.

- Sigit, Kharisma Nawang, and Euis Soliha. *Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah*. Jurnal Keuangan dan Perbankan, 2017.
- Soemitra, A., D. Irawan, dan R. Fitrah. *Electronic Money in Islamic View: Literature Study*. International Journal of Engineering Technology Research & Management 5, no. 8 (2021): 58–67.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017
- Suryani, Nidia, Risnita, dan M. Syahran Jailani. *Konsep Populasi dan Sampling serta Pemilihan Partisipan Ditinjau dari Penelitian Ilmiah Pendidikan*. IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam 1, no. 2 (Juli 2023): 24–36. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>.
- Susanto, A., dan R. T. Handayani. *The Influence of E-Trust, User's Experiences, and Brand Equity on Gen Z Female Customers E-Loyalty Towards Imported Cosmetics Brands Through Customers E-Satisfaction*. International Journal of Social Science and Business 4, no. 2 (2020): 294–300. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v4i2.25727>.
- Tumbel, Zarah, Rudy S. Wenas, and Debry Ch. A. Lintong. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Internet Banking Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada BRI Unit Tomohon Selatan*. Jurnal EMBA 10, no. 4 (2022): 40–49.
- Uffandi, Essy. *Model Inovasi Produk dan Word of Mouth terhadap Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK) 5, no. 1 (2023): 62–69. <https://journal.stieken.ac.id/index.php/ritmik/article/view/1502>.
- Umar, D.H. *Pelatihan Metodologi Penelitian*. Bogor: Modul, 2012.
- Ventre, I., dan Kolbe, D. *The Impact of Perceived Usefulness of Online Reviews, Trust and Perceived Risk on Online Purchase Intention in Emerging Markets: A Mexican Perspective*. Journal of International Consumer Marketing (2020): 1–13. <https://doi.org/10.1080/08961530.2020.1712293>
- Vitram, Khansa Lathifah, Muhammad Iqbal Rasa, and Suharto Harto. *Customer*

- Intimacy, Customers Experience, Customer Satisfaction, Customer Bonding Dan Customer Value Dalam Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah.* *Ekonomi & Bisnis* 22, no. 1 (2023): 44–54. <https://doi.org/10.32722/eb.v22i1.5765>.
- Wemben, Franasista Viana, Lisbeth Mananeke, dan Ferdy Roring. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah pada Pegadaian UPC Tanjung Batu.” *Jurnal EMBA* 8, no. 4 (2020): 1119–1128.
- Wibowo, Arief, Satiri, Poppy Ruliana, dan Kresno Yulianto. *Komunikasi Word Of Mouth (WOM) Sebagai Penentu Keputusan Pembelian Konsumen.* *HUMANTECH: Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia* 2, no. 3 (2022): 617–629. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/humantech/article/view/1473>.
- Widiyanto, Joko. *Analisis Data Statistik. Paper Knowledge: Toward a Media History of Documents* 7 (2015).
- Wiwesa, N. R. *User Interface dan User Experience untuk Mengelola Kepuasan Pelanggan.* *Jurnal Sosial Humaniora Terapan* 3, no. 2 (2021): 2.
- Wiyata, M. T., Putri, E. P., & Gunawan, C. *Pengaruh Customer Experience, Ease of Use, dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen Situs Jual Beli Online Shopee di Kalangan Mahasiswa Kota Sukabumi.* *Cakrawala* 3, no. 1 (2020): 11–21.
- Yosephine Simanjuntak, D. C., dan P. Y. Purba. *Peran Mediasi Customer Satisfaction dalam Customer Experience dan Loyalitas Pelanggan.* *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 7, no. 2 (2020): 171–184. <https://doi.org/10.26905/jbm.v7i2.4795>.
- Yusuf, Muhammad, dan Lukman Daris. *Analisis Data Penelitian: Teori & Aplikasi dalam Bidang Perikanan.* Bogor: IPB Press, 2018.
- Zare, M., dan R. Mahmoudi. *The Effects of the Online Customer Experience on Customer Loyalty in E-Retailers.* *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science* 6, no. 5 (2020): 208–214. <https://doi.org/10.22161/ijaems.65.2>.