

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini berjudul "*Pengaruh Corporate Image, Word Of Mouth, Loyalitas Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan BYONDBSI Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasinya*". Penelitian ini melibatkan 96 responden dari pengguna layanan BYONDBSI yang berdomisili di Kota Padang. Berdasarkan hasil analisis hipotesis menggunakan *software SmartPLS 3*, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Corporate image* terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan layanan BYONDBSI di Kota Padang.
2. *Word of mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah tingkat kepercayaan terhadap sumber informasi. Ketika WOM berasal dari individu yang tidak dianggap kredibel atau tidak memiliki pengalaman yang relevan, maka nasabah cenderung mengabaikan informasi tersebut. Jadi, WOM tidak secara langsung memengaruhi keputusan Nasabah menggunakan BYONDBSI.
3. Pengaruh loyalitas nasabah terhadap keputusan nasabah bersifat signifikan, serta Kepercayaan berperan signifikan sebagai variabel moderasi, maka

4. peran Kepercayaan sebagai variabel moderasi berfungsi signifikan sebagai *moderation*.
5. Kepercayaan Nasabah sebagai variabel moderasi memperkuat pengaruh variabel *Corporate Image* terhadap keputusan penggunaan. Hal ini berarti bahwa tingkat kepercayaan sebagai variabel moderasi yang baik akan memperkuat pengaruh variabel *Corporate Image* tersebut terhadap keputusan nasabah.
6. Kepercayaan Nasabah sebagai variabel moderasi tidak berpengaruh signifikan variabel *Word Of Mouth* terhadap keputusan penggunaan. Hal ini berarti bahwa kepercayaan sebagai variabel moderasi belum mampu memperkuat pengaruh variabel *Word Of mouth* tersebut terhadap keputusan nasabah.
7. Kepercayaan Nasabah sebagai variabel moderasi tidak berpengaruh signifikan variabel Loyalitas Nasabah terhadap keputusan penggunaan. Hal ini berarti bahwa kepercayaan sebagai variabel moderasi belum mampu memperkuat pengaruh variabel Loyalitas Nasabah tersebut terhadap keputusan nasabah.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, penulis mengajukan beberapa rekomendasi terkait penelitian ini, antara lain:

1. Sebagai pengalaman untuk bisa melakukan penelitian yang lebih baik
Proses penelitian ini memberikan pelajaran berharga tentang pentingnya konsistensi, ketekunan, dan tanggung jawab akademik. Penulis akan terus

berusaha mengembangkan sikap ilmiah dan etika akademik dalam setiap kegiatan penelitian di masa mendatang.

2. Karena penelitian ini hanya melibatkan responden dari sebagian masyarakat Kota Padang, disarankan agar penelitian berikutnya melibatkan responden dari berbagai wilayah di Sumatera Barat maupun luar daerah tersebut dengan populasi dan sampel yang lebih beragam.
3. Variabel yang di gunakan Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kualitas layanan digital, kepuasan nasabah, atau kemudahan teknologi (*user experience*) guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.



DAFTAR PUSTAKA

- A. Rahim, Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. Balai Pustaka, (2008), hlm. 542
- Abi Melin Monitaria ddk, *Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Promosi Pnline Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Gubuk Tiwul*, Jurnal Manajemen Diversivikasi, 1, (2021), hlm. 624
- Ade Ayu Oktapiani dkk, *Pengaruh Relationship Marketing, Comporate Image dan Syariah Compliance Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PT BSI KCP Gunung Tua*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8, (2022), hal 2579-6534
- Aditya Ferryanto dkk, *Analisa Pengaruh Corporate Image Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan Di Surabaya*, 2 Business Accounting Review, 3, (2015) hlm. 92
- Aditya Ferryanto dkk, *Analisa Pengaruh Corporate Image Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan Di Surabaya*, Business Accounting Review, 3, (2025), hlm. 93
- Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor ,Ghalia Indonesia, (2010), 105.
- Ali Hasan, *Marketing dari Mulut ke Mulut*, Yogyakarta: Media Pressindo, (2010). hlm 29
- Ardiansyah dkk, *Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, Jurnal Pendidikan Islam, 1, (2023), hlm. 2
- Arrivabene, L. S., dkk, *Impact of Service Quality, Satisfaction and Corporate Image on Loyalty: A Study of a Publicly Traded for-Profit University*. Services Marketing Quarterly, 40, (2019) hlm. 189–205
- Aspachs dkk, *LIQUIDITY , Banking Regulation And The Macroeconomy Evidence On Bank Liquidity Holdings From A Panel Of UK-Resident Banks*, London School Of Economics, (2005), hlm. 1–26.
- Barnes. *Elemen Kepercayaan*,blogspot barnes, (2009)
- Barry Babin, *Modelling Consumer Satisfaction and Word Of Mouth : Restaurant Patronage In Korea*, The Journal Of Service Marketing, 19 (2015), 133–39.
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, (2013), hlm. 96
- Budi Prasetyo, *Pengaruh Promosi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Xyz Donut*, Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi, IV, (2019), hlm. 941-942
- Dedi Muliad dkk, *Pengaruh Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Kegiatan Pelaku Umkm (Studi Kasus Kegiatan Pelaku Umkm Di Kabupaten Bogor – Jawa Barat)*, Jurnal Akuntansi dan Pajak, 1, (2023), hlm. 3
- Deri Firmansya, *Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review*, Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik, 1,

- (2022), hlm. 88
- Dr. Agustinus Johanes Djohan, MM, FIAS. *Manajemen dan Strategi Pembelian*. Malang, Media Nusa Creative, 2021, hlm. 71
- Eline O. Hutubessy, *Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Harapan BCA Cabang Ambon*, Jurnal Administrasi Terapan, 3, (2024), hlm. 250
- Emy Widyastuti dkk, *Pengaruh corporate image, relationship marketing dan social media promotion terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening*, Journal of Muhammadiyah Studies, 2, (2021) hlm. 94
- Esi Rosita dkk, *Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial*, Fokus, 4, (2021), hlm. 282
- Eva Fa'izatul A'yun dkk, *Efektivitas BYOND By BSI dalam Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah di BSI KCP Krian Sidoarjo*, Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah, 3,(2025), hlm. 301
- Farid Hidayat Putra dkk, *Analisis Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah Indonesia*, HUMANIS (Humanities,Management and Science Proceeding), 3, (2023), hal 712
- Fatmawati dkk, *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*, Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan, 17, (2017), hal 18
- Febriyani Wahyu dkk, *Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bsi Kcp Pettarani Makassar*, Jurnal Ekonomi Akuntansi Manajemen Agribisnis, 1(2023), hal 99
- Frank Jefkins, *Public Relation*, edisi Kelima, terj. Haris Munandar, Jakarta, Erlangga, (2002), 22.
- Gangga Anuraga dkk, *Pelatihan Pengujian Hipotesis Statistika Dasar Dengan Softwarer*, Jurnal Budimas, 3, (2021), hlm. 328
- Hani Werdi Apriyanti, *Perkembangan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia : Analisis Peluang Dan Tantangan*, Jurnal.unimus.ac.id, 8, (2017), hal 17
- Hasan dan Mohamad dkk, *Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Harapan BCA Cabang Ambon*, Jurnal Administrasi Terapan, 3, (2024), 251.
- Hendra Riofita, *Perilaku Organisasi*, (Pekanbaru:Cv Mutiara Pesisir, (2015), hlm.36-37
- Herfiyanto dkk, *Analisis Pola Penerimaan Guru Terhadap Rapor Online Menggunakan Metode UTAUT (Studi Kasus Pada SMA Negeri 8 Surabaya)*. In Jsika, 7, (2018), hlm. 6
- I Gede Prema Utama Dkk, *Analisis Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Tradisi Peturunan Di Desa Adat Bukti*, Jurnal: Akuntansi Dan Humanika, Vol. 7 No. 3, Desember (2017), hlm. 11
- I Ghozali, *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, (2014), hlm. 79
- Ida Nuryana, *The Effect Community Development On Corporate Image*, JPRO, 4, (2023), hlm. 112

- Ilfa Dianita.S dkk, *Peran Bank Syariah Indonesia Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional*, *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3, (2021), hal 149
- Indana Almas Azhar dkk, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Cabang Rogojampi*, *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSPD)*, 3, (2023), hlm. 66
- Ismamudi dkk, *Peran Bank dan Lembaga Keuangan dalam Pengembangan Ekonomi: Tinjauan Literatur Tinjauan Literatur*, *Jurnal Akuntansi Neraca*, 1, (2023), hal 36
- Ismamudi dkk, *Peran Bank dan Lembaga Keuangan dalam Pengembangan Ekonomi: Tinjauan Literatur Tinjauan Literatur*, *Jurnal Akuntansi Neraca*, 1, (2023), hal 36
- Ismawati, *Budaya Dan Kepercayaan Jawa*, (Yogyakarta: Gama Media, (2002), hlm. 14
- Isti Riana Dewi dkk, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Toko Prima Freshmart Cirebon*, *Jurnal Maneksi* 11, (2022), hlm. 316-317
- Jonathan Sarwono, *Pengertian Dasar Structural Equation Modeling (Sem)*, *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 10, (2010),hal 173
- Junaedi Junaedi ddk, *Hipotesis Penelitian dalam Kesehatan*, *Jurnal Pendidikan dan Teknologi Kesehatan*, 6, (2023), hlm. 142
- Junaidi dkk, *Pengaruh Promosi Media Digital dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan BSI Mobile (Studi Kasus BSI KC Meulaboh Imam Bonjol)*, *Jurusan Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI) Meulaboh, Aceh, Indonesia*, 2, (2025), hal 2898
- K. Rifa'i, *Membangun Loyalitas Pelanggan*, Jember: K-Media, (2029), hlm. 137
- Kadek Rista Ananda Putra dkk, *Pengaruh Motivasi Kerja Dan Pengalaman Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karayawan Pada Lpd Se-Kecamatan Tabanan*, *Jurnal Emas*, 3, (2022), hlm. 131
- Kiki Joesyiana, *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru*, 4, (2018) hlm. 72
- Kotler, Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, Erlangga, (2008), hlm. 832
- Kusniati dkk, *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah Pada Bpr Artha Prima Perkasa Di Kota Batam*, *Jurnal EMBA*, 8, (2020), hlm. 95
- Leni Masnidar Nasution, *Statistik Deskriptif*, *Jurnal Hikmah*, 14, (2017), hlm. 52
- Leni masnidar nasution, *Statistik deskritif*, *jurnal hikmah*, volume 14, No. 1 januari 2017, hlm 52
- Lie Liana, *Penggunaan MRA dengan Spss untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating terhadap Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen*, *Jurnal Teknologi Informasi Dinamik*, 14, (2009), hal 91
- Lily Sudhartio dkk, *Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Mediasi pada Nasabah Prioritas Bank Syariah*

- Indonesia di Kepulauan Riau*, Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi, 4, (2024), hlm. 305-306
- Lorentza Mandagi dkk, *Strategi Pemerintah Kecamatan Dalam Menghadapi Era New Normal Di Kecamatan Tomohon Utara Kelurahan Kakaskasen 1*, Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi, 2,(2022), hlm.3
- M. Makhrus Ali, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian*, Education Journa, 2, (2022), hlm. 2
- Marcelliana dkk, . Penerapan perlindungan konsumen terhadap nasabah PT. Bank Syariah Indonesia dalam kasus kebocoran data nasabah, 1,(2023), hal 180-194
- Mariyah Ulfah dkk, Efektivitas BYOND By BSI dalam Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah di BSI KCP Krian Sidoarjo, Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah, 3, (2025), hal 306
- McKnight dkk, *The Impact Of Initial Customer Trust on Intentions to Transact with a website*. Journal Of Information and Manajement., 4, (2002), hlm. 297-323.
- Meiti Fani dkk, *Analisis Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Dengan Brand Equity Sebagai Variabel Mediasi Pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Perdagangan*, Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi (EBMA), 4, (2023), hlm. 1237
- Melyawati Fitri dkk, *Pengaruh Word Of Mouth Dan Periklanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang*. Jurnal Kajian Manajemen Bisnis, 6 (2017), hlm. 31–46.
- Mirra Sri Wahyuni dkk, *Peran Lembaga Keuangan Bank Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank Dalam Memberikan Distribusi Keadilan Bagi Masyarakat*, Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Teknologi Informasi Akuntansi, 6 (2025), hal 5
- Mohammad Wardi dkk, *Pengaruh Tingkat Pendidikan, Keselamatan Kerja, Lingkungan Kerja, Dan Motivasi Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Di Pt. Gas Prima Arta Curah Tebu Ii Grujungan, Bondowoso*, Jurnal Manajemen Bisnis dan Manajemen Keuangan, 4, (20230, hlm. 84
- Muhammad Amiruddien, *Evaluasi Tingkat Penerimaan Sistem Manajemen Aset Menggunakan Metode HOT-FIT*, Jurnal Sistem Informasi Bisnis, 2, (2021), hlm. 90-91
- Muhammad Isa Anshari, *Analisis Validitas dan Reliabilitas Butir Soal Sumatif Akhir Semester Ganjil Mata Pelajaran PAI*, Jurnal Ilmu Pendidikan, 6, (2024), hlm. 970-971
- Mukminin, M. A. Dkk, (2020). *Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Di Sidoarjo (The Influence Of Brand Image And Trust On Sharia Bank Customer Loyalty In Sidoarjo)*. Perisai: Islamic Banking And Finance Journal 4, (2020), hlm. 54
- Mushofa dkk, *Memahami Populasi dan Sampel: Pilar Utama dalam Penelitian Kuantitatif*, Syntax Admiration, 5, (2024), hlm. 5939
- Noviana Nurul Ulfah dkk, *Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bpr Muara Uya*, Jurnal JAPB, 3, (2020), hlm. 480

- Nur Fadilla dkk, *Pengaruh Promotion, Service Quality, and Customer Experience Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Medan Pulo Brayan*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 10, (2024), hlm. 1521
- Nurma Tambunan, *Berita Utama Tentang Error Service Di Bank Syariah Indonesia (BSI)*, Community Development Journal, 4, (2023), hal 5096
- Oliver, *Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Customer*, New York: McGraw-Hill, (2010), hlm. 39
- P. Widiastuti dkk, *Pengaruh Corporate Image Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Hotel The Lovina Bali*, Jurnal Manajemen, 6, (2020), hlm. 226
- Philip Kotler dkk, *Manajemen Pemasaran*. Ed. 13. Jilid 2. Jakarta: Prenhalindo, (2014), hlm. 227
- Pratiwi dkk, *Pengaruh Corporate Image Dan Product Image Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank BRI Cabang Sorong*, Jurnal Ekonomi Efektif, vol 4 (2022), hal 613.
- Puput Purnamawati dkk, *Analisis Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah Indonesia*, Humanities, Management and Science Proceedings, 3, (2023), hlm. 712
- Puput Purnamawati dkk, *Analisis Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah Indonesia*, Humanis, 3, (2023), hlm. 713
- Rachman dkk, *The affect of Word of Mouth, Service Quality, and Location on Decision to be a Customer at BMT Babussalam Mojoagung Jombang*, Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi, 7, (2023), hal 595.
- Raisul Anand Firmansyah, “*Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Word Of Mouth Terhadap Keputusan Menabung Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening*”, (2020), hlm. 35
- Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Salemba Empat, (2013), 136
- Ratih ddk, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung, Alfabetha, 2010, hlm. 936
- Ratih Hurriyati dkk, *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Corporate Image Pt Bank Negara Indonesia*, TBK, Jurnal Manajemen Bisnis, 9, (2010), hlm. 75-78
- Rusydi A.Siroj, *Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah Untuk Analisis Data*, Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran, 7, (2024), hlm. 1
- Sernovitz dkk, *Word Of Mouth Marketing*, Jakarta, (2009), hlm. 19
- Sevya Surya Putri Suwandi, *Peran Penggunaan Bsi Mobile Banking Dalam Kemudahan Bertransaksi Di Era Society 5.0 (Study Kasus Masyarakat Desa Pelem Campurdarat)*, JOURNAL OF MANAGEMENT Small and Medium Enterprises, 16, (2023), hal 240
- Sri Ismulyaty dkk, *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi Kalirejo)*, Jurnal Nisbah, 8, (2022), hlm. 71
- Sri Ismulyaty dkk, *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi Kalirejo)* Jurnal Nisbah, 8, (2022), hlm. 71
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi Kedelapan belas. Alfabeta. Bandung,

- (2024), hlm. 53
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV, (2017), hlm. 142
- Sugiyono. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung, Alfabeta, (2023), hlm. 61
- Sutrisno, *Kepercayaan dan Loyalitas dalam Layanan Perbankan Digital*, Jurnal Ekonomi Islam, 15, (2020), hlm.120-135
- Sylvia Halimatur Rosyida, *Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan Dan Letak Geografis Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Via Salon Trenggalek*, Jurnal Maneksi, 12, (2023), hlm. 659
- Tampi dk, *Analysis Of The Intention To Share Word-OfMouth Among Bank Syariah Indonesia Customers Using Tpb Perspectives*, Jurnal Pendidikan Dan Konseling, 4, (2022), hlm. 2085
- Ulfa, A, *Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia* , Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 1,(2021), hal 98
- Winarno, *Kebijakan Publik Era Globalisasi, Teori, Preses dan Studi Kasus Komparatif*. PT Buku Seru, Yogyakarta, (2016), hlm. 18
- Yuhana, Dedy Setiawan, *Analisis Sistem E-Dimas Universitas Jambi dengan Pendekatan HOT-FIT Model*, Jurnal Sistem Informasi Bisnis, 1, (2024), hlm. 80-81