

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa digitalisasi sistem pembayaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Perekonomian Rakyat Kawan Kecamatan Dau Kabupaten Malang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik tingkat penerapan digitalisasi sistem pembayaran, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah yang dirasakan, yang tercermin melalui kecepatan transaksi, kemudahan penggunaan, keamanan sistem, dan keandalan layanan dalam penggunaan layanan digital. Digitalisasi sistem pembayaran terbukti mampu meningkatkan kualitas pengalaman layanan nasabah dan membentuk persepsi positif terhadap kinerja pelayanan bank. Dengan demikian, digitalisasi sistem pembayaran dapat diposisikan sebagai faktor strategis dalam upaya peningkatan kualitas layanan dan penguatan hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah.

5.2 Saran

1. Manajemen PT. Bank Perekonomian Rakyat Kawan

Berdasarkan hasil penelitian, pihak PT. Bank Perekonomian Rakyat Kawan Kecamatan Dau Kabupaten Malang perlu meningkatkan kualitas digitalisasi sistem pembayaran, khususnya pada aspek kemudahan penggunaan, mengingat indikator “Proses transaksi digital mudah dilakukan” memiliki skor terendah. Hal ini dapat dilakukan dengan menyederhanakan alur transaksi, memperbaiki tampilan sistem agar lebih *user-friendly*, serta meningkatkan edukasi kepada nasabah. Selain itu, pada variabel kepuasan nasabah, indikator “kinerja layanan digital lebih baik dibandingkan layanan manual sebelumnya” yang juga memiliki skor terendah menunjukkan perlunya peningkatan performa layanan digital, baik dari segi kecepatan, keandalan, maupun minimnya gangguan sistem. Dengan perbaikan tersebut, diharapkan layanan digital mampu memberikan pengalaman yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan nasabah secara berkelanjutan.

2. Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan nasabah, seperti kualitas pelayanan, kepercayaan (*trust*), citra perusahaan, dan loyalitas nasabah, serta memperluas objek dan lokasi penelitian agar hasil penelitian memiliki daya generalisasi yang lebih kuat.