

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, penelitian yang berjudul “Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Continuance Intention to Use* melalui *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Aplikasi Mobile Banking BYOND by BSI di Kota Semarang)” dengan 96 responden pengguna aplikasi BYOND by BSI, didapatkan berbagai kesimpulan, yaitu:

1. *Perceived Usefulness* (X1) terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* (Z). Berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur mengindikasikan bahwa *Perceived Usefulness* (X1) memiliki keterkaitan positif dan kuat terhadap *Customer Satisfaction* (Z) yang berarti bahwa semakin tinggi kebermanfaatan yang mencakup peningkatan kinerja, peningkatan produktivitas, efektivitas, dan kegunaan sistem yang ditawarkan oleh BYOND by BSI, maka semakin puas pengguna aplikasi BYOND by BSI.
2. *Perceived Ease of Use* (X2) terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* (Z). Berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur mengindikasikan bahwa *Perceived Ease of Use* (X2) memiliki keterkaitan positif dan kuat terhadap *Customer Satisfaction* (Z) yang berarti bahwa semakin mudah aplikasi digunakan yang meliputi kemudahan dipelajari, mudah dikendalikan, antarmuka yang jelas, fleksibel,

serta meminimalisasi beban operasional, maka semakin puas pengguna aplikasi BYOND by BSI.

3. *Customer Satisfaction* (Z) terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention to Use* (Y). Berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur mengindikasikan bahwa *Customer Satisfaction* (Z) memiliki keterkaitan positif dan kuat terhadap *Continuance Intention to Use* (Y) yang berarti bahwa semakin tinggi kepuasan pengguna yang meliputi kesesuaian harapan, minat pembelian ulang, dan kesediaan merekomendasikan, maka semakin tinggi niat berkelanjutan yang dirasakan pengguna.
4. *Perceived Usefulness* (X1) terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention to Use* (Y). Berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur mengindikasikan bahwa *Perceived Usefulness* (X1) memiliki keterkaitan positif dan kuat terhadap *Continuance Intention to Use* (Y) yang berarti bahwa semakin tinggi kebermanfaatan fungsional dalam menunjang efisiensi pengelolaan keuangan harian yang ditawarkan oleh BYOND by BSI, maka semakin tinggi niat pemakaian berkelanjutan dari pengguna.
5. *Perceived Ease of Use* (X2) terbukti tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *Continuance Intention to Use* (Y). Berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur mengindikasikan bahwa *Perceived Ease of Use* (X2) memiliki keterkaitan negatif dan sangat lemah terhadap *Continuance Intention to Use* (Y) yang berarti bahwa kemudahan penggunaan aplikasi

semata hanya bertindak sebagai standar dasar dan tidak cukup kuat untuk memastikan nasabah tetap setia dalam jangka panjang apabila tidak disertai dengan kebermanfaatan nyata atau rasa puas.

6. *Perceived Usefulness* (X1) terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention to Use* (Y) melalui *Customer Satisfaction* (Z). Hasil pengujian koefisien jalur pada *Perceived Usefulness* (X1) terhadap *Continuance Intention to Use* (Y) melalui *Customer Satisfaction* (Z) menghasilkan keterkaitan positif dan kuat yang berarti bahwa semakin tinggi kebermanfaatan fitur finansial dan fungsionalitas BYOND by BSI membangun kepuasan nasabah terlebih dahulu, sehingga hal tersebut dapat memperkuat dorongan niat pemakaian berkelanjutan yang tinggi bagi para pengguna.
7. *Perceived Ease of Use* (X2) terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention to Use* (Y) melalui *Customer Satisfaction* (Z). Hasil pengujian koefisien jalur pada *Perceived Ease of Use* (X2) terhadap *Continuance Intention to Use* (Y) melalui *Customer Satisfaction* (Z) menghasilkan keterkaitan positif dan kuat yang berarti bahwa kemudahan penggunaan pada aplikasi BYOND by BSI membangun kepuasan nasabah terlebih dahulu, sehingga hal tersebut baru dapat memberikan dorongan niat berkelanjutan yang tinggi bagi para pengguna.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan, baik bagi manajemen Bank Syariah Indonesia maupun bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik yang serupa. Saran-saran berikut dirumuskan berdasarkan temuan indikator terendah dan keterbatasan yang telah diperoleh selama proses penelitian ini berlangsung:

1. Variabel *Perceived Usefulness* berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan telah mendapatkan penilaian yang baik dari para responden, namun masih terdapat beberapa aspek yang diperlukan untuk dibenahi seperti kemampuan aplikasi dalam meningkatkan kecepatan penyelesaian transaksi dan membantu mengatur aktivitas keuangan sehari-hari. Oleh karena itu, pengelola BSI disarankan untuk meningkatkan stabilitas server dan *loading time* aplikasi agar lebih cepat serta menambahkan fitur asisten pengingat atau manajemen rutinitas keuangan harian untuk menunjang keteraturan produktivitas nasabah.
2. Variabel *Perceived Ease of Use* berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan telah mendapatkan penilaian yang baik dari para responden, namun masih terdapat beberapa aspek yang diperlukan untuk dibenahi seperti durasi waktu yang dibutuhkan pengguna, terutama pengguna baru, untuk menjadi mahir dan menguasai seluruh fitur pada *super-app* ini. Oleh karena itu, pihak BSI disarankan untuk menambahkan fitur panduan (*onboarding tutorial*) yang interaktif atau penjelasan *tooltips* ringkas di

setiap menu baru guna memandu nasabah memahami fungsi aplikasi secara lebih cepat dan mudah.

3. Variabel *Customer Satisfaction* dan *Continuance Intention to Use* secara keseluruhan telah mendapatkan penilaian yang baik, namun pengunjung menilai masih perlunya peningkatan agar pengalaman pemakaian aplikasi bisa melebihi ekspektasi dasar mereka, serta agar mereka bersedia menjadikan aplikasi ini sebagai pilihan prioritas yang mutlak. Oleh karena itu, pengelola BSI disarankan untuk menambah inovasi bernilai kejutan positif (*delight*) di luar fungsi perbankan dasar, misalnya melalui program *rewards* bagi pengguna aktif BYOND by BSI. Strategi ini akan memperkuat hubungan emosional nasabah yang nantinya akan meningkatkan niat penggunaan berkelanjutan.
4. Diperlukan penelitian lanjutan pada ruang lingkup variabel yang berbeda dalam mengatasi keterbatasan penelitian ini. Berdasarkan nilai uji koefisien determinasi (*R-Square*), menjelaskan 50,8% variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, serta *Customer Satisfaction* sebagai variabel mediasi mampu menjelaskan variasi pada Variabel *Continuance Intention to Use*, sementara 49,2% masih dipengaruhi oleh variabel lain. Oleh karena itu, pada penelitian berikutnya diperlukan untuk melihat pandangan lain guna menyempurnakan faktor pengaruh perilaku adopsi digital dan mengurangi bias pada penelitian terkait aplikasi BSI. Adapun variabel lain yang dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya seperti Kualitas Sistem (*System Quality*), Kepercayaan (*Trust*), atau Keamanan Privasi (*Perceived Security*).