BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil olah data dengan metode *structural equation modelling* (SEM) menggunakan *software* Lisrel 8.8, maka hubungan antar variabel *mobility, customization, security, reputation, trust, perceived risk* dan *continuance intention* adalah sebagai berikut:

1. *Mobility* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *trust* dengan *t-values* sebesar 2.51, dimana nilai tersebut telah memenuhi syarat *critical value* sebesar 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi PermataME telah menawarkan kemudahan kepada nasabahnya untuk bertransaksi terlepas dari waktu dan tempat.
2. *Customization* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *trust* karena nilai *t-values* hanya sebesar 0.42, dimana nilai tersebut tidak memenuhi syarat *critical value* sebesar 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa keandalan pada aplikasi PermataME tidak mempengaruhi seseorang untuk menggunakan layanan tersebut.
3. *Security* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *trust* dengan *t-values* sebesar 2.10, dimana nilai tersebut telah memenuhi syarat *critical value* sebesar 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi PermataME telah memberikan keamanan kepada nasabahnya dalam melakukan bertransaksi.

4. *Reputation* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *trust* dengan *t-values* sebesar 2.35, dimana nilai tersebut telah memenuhi syarat *critical value* sebesar 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa reputasi Bank Permata mempengaruhi seseorang untuk menggunakan aplikasi PermataME.
5. *Trust* memiliki pengaruh negatif terhadap *perceived risk* dengan *t-values* sebesar -4.06, dimana nilai tersebut telah memenuhi syarat *critical value* sebesar -1.65. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi dapat dipercaya PermataME karena telah memberikan layanan yang baik sehingga nasabah terlepas dari potensi kerugian.
6. *Trust* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *continuance intention* dengan *t-values* sebesar 5.72, dimana nilai tersebut telah memenuhi syarat *critical value* sebesar 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah PermataME percaya terhadap aplikasi PermataME dan berniat untuk tetap terus menggunakan aplikasi PermataME dibandingkan untuk berhenti menggunakan pemakainnya.
7. *Perceived risk* memiliki pengaruh negatif terhadap *continuance intention* dengan *t-values* sebesar -3.89, dimana nilai tersebut telah memenuhi syarat *critical value* sebesar -1.65. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi PermataME tidak menyebabkan potensi kerugian maupun ketidakpastian kepada nasabahnya dan berniat untuk tetap terus menggunakan aplikasi PermataME dibandingkan untuk berhenti menggunakannnya.

Kesimpulan dari hasil olah data dengan metode *structural equation modelling* (SEM) menggunakan *software* Lisrel 8.8, dinyatakan bahwa hanya variabel customization yang tidak memilili pengaruh yang signifikan hal tersebut disebabkan

karena semakin majunya perkembangan jaman dan teknologi, konsumen sudah semakin pintar dalam menggunakan platform perbankan yang ada pada smartpone mereka sehingga konsumen sama sekali tidak memiliki rasa khawatir untuk menyesuaikan layanan yang ada pada platform perbankan tersebut (Marinkovic & Kalinic, 2017).

5.2 Saran

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan *continuance intention* pada aplikasi PermataME yaitu *mobility, security, reputation, trust* dan *perceived risk*. Berikut adalah beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada perusahaan agar dapat meningkatkan jumlah pengguna aplikasi PermataME:

1. Dari sisi kemudahan, nasabah ingin segala keinginannya terpenuhi dengan mudah untuk itu aplikasi PermataME perlu menambah fitur layanan untuk melakukan *top up* saldo *e-money* sehingga konsumen merasa dimudahkan tanpa harus bersusah payah untuk mencari mesin ATM ataupun alfamart/indomart.
2. Untuk menciptakan *security* yang baik sebaiknya pihak perusahaan menambah perlindungan berupa notifikasi melalui layar *pop-up smartphone* maupun melalui sms sehingga terhindar dari orang yang tidak bertanggungjawab.
3. Bank Permata melalui layanan aplikasi PermataME baiknya membuat suatu acara di kampus-kampus seperti sebuah seminar, *games* maupun *live music* dan membuat sebuah *stand registrasi* dikampus tersebut sehingga konsumen dimudahkan dalam melakukan pendaftaran dan juga PermataME dapat dengan mudah menjangkau anak-anak muda sesuai dengan misinya dan Bank Permata dapat menggunakan

nasabah setianya yang telah sering menggunakan aplikasi PermataME dalam bentuk testimonial dalam sebuah acara seminar ataupun dalam bentuk iklan sehingga calon nasabah yang akan menggunakan dapat meningkatkan kepercayaannya untuk menggunakan aplikasi PermataME.

4. Aplikasi PermataME dapat bekerjasama dengan aplikasi lain selain dapat memberikan kemudahan konsumen juga dapat dengan efektif melakukan pembayaran hanya dengan satu akun perbankan yaitu PermataME.
5. Untuk mengurangi permasalahan perbankan yang sering terjadi seperti *server down* maupun *error* sebaiknya Bank Permata memiliki sebuah *server hosting* sendiri dan juga Bank Permata dapat menyiapkan *Plan B* berupa memberikan kartu ATM kepada setiap nasabah yang melakukan registrasi PermataME sehingga ketika terjadi hal-hal seperti *server down* maupun *error* pada jaringan internet nasabah tetap dapat melakukan transaksi perbankan dengan mudah. Sehingga hal tersebut dapat teratasi dengan baik dan nasabah tidak mengalami kerugian baik secara meteriil maupun waktu.

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Menurut Ofory et al. (2017) variabel *satisfaction* merupakan salah satu variabel terpenting dari perilaku konsumen ketika telah menggunakan aplikasi perbankan *digital onboarding*. Kepuasan konsumen juga dapat memprediksi niat konsumen untuk menggunakan kembali pemakaian aplikasi perbankan tersebut. Dalam hal ini, peneliti tidak memasukkan variabel tersebut. Sehingga peneliti menyarankan untuk peneliti selanjutnya untuk memasukkan variabel *satisfaction* sebagai variabel penelitian pada penelitian selanjutnya.
2. Pada penelitian ini, peneliti sadar bahwa jumlah responden lebih banyak di dominasi oleh mahasiswa karena dalam penelitian ini peneliti lebih banyak melakukan penyebaran kuisioner di kampus-kampus. Untuk itu, peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat lebih banyak menjangkau nasabah yang berprofesi sebagai karyawan ataupun profesi lainnya sehingga penelitian selanjutnya akan mendapatkan sudut pandang yang berbeda yang nantinya dapat berguna untuk perusahaan.