



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data yang telah penulis lakukan sehubungan dengan pengaruh penerimaan penggunaan *digital form mobile application*, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Dengan menggunakan dan menggabungkan variabel pada model teori TAM dan UTAUT, diperoleh hasil pengukuran data yang telah memenuhi kriteria pada uji validitas dan reliabilitasnya. Pengujian ini didasarkan pada penghitungan pada *Fornell Larcker Criterion* dan *Cross Loading* dimana nilai korelasi maupun indikator antar variabel lebih besar dari nilai korelasi maupun indikator variabel lainnya. Untuk pembuktian reliabilitasnya dapat terlihat di mana nilainya mencapai atau melebihi yang telah ditetapkan yaitu 0.6. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini layak dan telah memenuhi syarat untuk dilanjutkan.
2. Adapun variabel endogen yang memiliki pengaruh langsung yang paling besar dibandingkan variabel-variabel endogen lainnya terhadap penerimaan dan penggunaan secara terus-menerus terhadap *digital form mobile application* PT. ABC adalah variabel *Facilitating Condition* (FC) yaitu sebesar 22%.
3. *Behavioral Intention* (BI) merupakan variabel eksogen sekaligus variabel mediasi yang memiliki pengaruh paling besar terhadap penggunaan terus menerus terhadap *digital form mobile application* di PT. ABC yaitu sebesar 38%.
4. Dilihat pada tabel R Square, pengaruh dari variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini terbukti pengaruhnya tidak seberapa besar

(hanya 1/3 atau 30% nya) terhadap intention para user. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar tingkat adopsi (70% nya) terhadap *digital form mobile application* dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar konteks teknologi. (misal : customer satisfaction, company image, perceived value, dsb).

## 5.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah dibuat maka ada beberapa saran yang dapat peneliti ajukan kepada PT. ABC sebagai tambahan dalam implementasi *digital form mobile application* khususnya dari segi *guidance* dan *fits into style* para nasabahnya dalam menerapkan transaksi perbankan masa kini secara digital / online.

### 1. Layanan Digital

Mempercepat penambahan pada fitur layanan yang masih belum aktif khususnya pada layanan customer service dan teller, seperti adanya pilihan untuk mengirim uang ke luar negeri, penarikan mata uang asing, maupun pengiriman uang ke bank lain guna mempercepat traffic dari transaksi perbankan itu sendiri.

### 2. Promotion

Perlu adanya promosi melalui *social media* maupun media cetak tentang kehadiran dan manfaat dari *digital form mobile application* tersebut. Serta menghimbau agar setiap nasabahnya melakukan transaksi menggunakan *digital form mobile application* secara terus menerus.

### 3. Management

- Adanya potensi dari penerapan e-Branch di masa datang, karena penggunaan *digital form mobile application* sendiri justru mempercepat kegiatan transaksi dan juga menghemat waktu serta penggunaan kertas.

- Tidak hanya sebatas pada handphone saja, tetapi aplikasi ini juga perlu untuk dapat diakses melalui perangkat lainnya seperti laptop maupun PC mengingat dari profiling responden yang telah dilakukan terdapat sebesar 10% user aktifnya yang sering mengakses internet dengan menggunakan perangkat selain handphone.