

BAB IV

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang memengaruhi variabel *customer satisfaction* dan *continuance intention* dalam penggunaan *mobile banking*. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa dari tujuh hipotesis yang diuji, lima hipotesis diterima dan dua hipotesis ditolak.

Hipotesis pertama (H1) menyatakan bahwa *user experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi Wondr by BNI baik dari sisi kemudahan penggunaan, desain antarmuka, hingga kenyamanan dalam navigasi maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan. Temuan ini menegaskan pentingnya optimalisasi UX dalam menciptakan kepuasan pengguna terhadap layanan digital.

Hipotesis kedua (H2) menguji pengaruh UX terhadap *continuance intention* dan terbukti positif serta signifikan. Artinya, pengalaman pengguna yang baik tidak hanya berdampak pada kepuasan sesaat, tetapi juga mendorong pengguna untuk memiliki niat melanjutkan penggunaan aplikasi secara berkelanjutan. Elemen-elemen UX yang mendukung kemudahan dan kenyamanan berperan penting dalam membentuk loyalitas pengguna terhadap aplikasi.

Hipotesis ketiga (H3) menyatakan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Hasil ini membuktikan bahwa kualitas layanan digital seperti kecepatan akses, ketersediaan sistem, dan keandalan transaksi berkontribusi secara nyata dalam membentuk kepuasan pengguna. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan secara konsisten menjadi kunci dalam menciptakan pengalaman positif yang memuaskan.

Hipotesis keempat (H4) menguji pengaruh langsung *e-service quality* terhadap *continuance intention* dan hasilnya tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun layanan *wondr by BNI* dinilai cukup baik, persepsi tersebut tidak serta-merta menghasilkan niat untuk terus menggunakan aplikasi.

Hipotesis kelima (H5) menyatakan bahwa *perceived security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Temuan ini menegaskan bahwa rasa aman saat menggunakan aplikasi *mobile banking*, seperti perlindungan data dan transaksi, memberikan kontribusi penting dalam membangun kepuasan pelanggan. Pengguna yang merasa aman akan cenderung lebih percaya dan puas terhadap layanan yang digunakan.

Hipotesis keenam (H6) menguji pengaruh langsung *perceived security* terhadap *continuance intention* dan hasilnya tidak positif dan tidak signifikan. Ini berarti bahwa meskipun pengguna merasa aman saat menggunakan aplikasi *wondr by BNI*, rasa aman tersebut belum cukup kuat untuk secara langsung membentuk niat penggunaan berkelanjutan. Pengaruh *perceived security* terhadap *continuance intention* cenderung tidak langsung dan memerlukan dukungan dari faktor lain.

Hipotesis ketujuh (H7) menunjukkan bahwa *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*. Artinya, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna, maka semakin besar pula niat mereka untuk terus menggunakan aplikasi wondr by BNI. Temuan ini menegaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci dalam membentuk keberlanjutan penggunaan layanan wondr by BNI.

5.2 Implikasi Penelitian

5.2.1 Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini mendukung teori *Expectation Confirmation Theory (ECT)* yang menyatakan bahwa pengalaman pengguna, kualitas layanan, dan keamanan yang dirasakan memengaruhi kepuasan pelanggan, dan pada akhirnya memengaruhi niat berkelanjutan untuk menggunakan layanan. Penelitian ini juga memperkuat temuan sebelumnya bahwa *customer satisfaction* merupakan mediator penting dalam hubungan antara variabel kualitas layanan dengan niat penggunaan lanjutan.

5.2.2 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian maka didapatkan beberapa implikasi praktis yang dapat diterapkan. *user experience* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* dan *continuance intention*. Maka, pihak pengelola Wondr by BNI perlu terus mengoptimalkan desain antarmuka aplikasi (UI/UX) agar intuitif, mudah digunakan, dan menarik secara visual. Elemen seperti kecepatan loading, navigasi sederhana, fitur

yang mudah diakses, dan konsistensi desain sangat penting untuk meningkatkan kenyamanan pengguna terhadap aplikasi. Kedua, meskipun *e-service quality* tidak berpengaruh langsung terhadap niat penggunaan berkelanjutan, kualitas layanan digital tetap penting dalam menjaga kepuasan pengguna. Oleh karena itu, fitur layanan pelanggan seperti chatbot, notifikasi transaksi secara real-time, dan akurasi data harus dijaga secara konsisten untuk menjawab ekspektasi pengguna. Ketiga, karena *perceived security* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, penguatan sistem keamanan juga perlu dilakukan, tidak hanya dari sisi teknis, tetapi juga dari sisi yang dapat dirasakan langsung oleh pengguna, seperti penggunaan autentikasi ganda, edukasi tentang keamanan digital melalui notifikasi, serta transparansi aktivitas akun melalui fitur histori login dan perangkat aktif. Terakhir, karena kepuasan pelanggan menjadi pendorong utama *continuance intention*, maka Wondr perlu menyediakan saluran umpan balik yang responsif dan terintegrasi di dalam aplikasi. Dengan penerapan langkah-langkah ini, Wondr berpotensi memperkuat kepuasan pengguna dan mendorong keberlanjutan penggunaan aplikasi di tengah persaingan layanan perbankan digital.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti, dalam proses penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan dan kekurangan yang perlu diperhatikan dan menjadi evaluasi untuk penelitian selanjutnya. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini yaitu penyebaran kuesioner kurang

optimal di media sosial, peneliti kurang memanfaatkan penyebaran data melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, X, dan TikTok, sehingga proses pengumpulan sampel memakan waktu yang cukup lama dan kurang merata. Selain itu, dalam penelitian ini tidak terdapat hipotesis secara tidak langsung dari variabel independen terhadap variabel dependen, sehingga tidak dapat dibandingkan pengaruh secara langsung dengan tidak langsung. Fokus penelitian ini hanya untuk pengguna wondr di DKI Jakarta.

5.4 Rekomendasi Untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah responden dengan melibatkan pengguna aplikasi wondr yang berdomisili di luar DKI Jakarta. Hal ini penting untuk memperoleh variasi persepsi dan pengalaman pengguna dari berbagai daerah, sehingga hasil penelitian menjadi lebih representatif terhadap populasi pengguna aplikasi *mobile banking* secara nasional.