

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *security*, *relative advantage*, dan *convenience* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* dalam penggunaan mobile banking *Livin' by Mandiri* oleh Gen Z di wilayah DKI Jakarta. Dengan melibatkan sampel sebanyak 276 responden yang datanya dikumpulkan secara *online* melalui kuesioner *google form*. Analisis data kemudian dilakukan menggunakan SPSS untuk menguji validitas dan reliabilitas. Setelah itu dilanjutkan menggunakan software AMOS untuk melakukan uji CFA, uji kesesuaian model, dan uji hipotesis (SEM).

Pada hipotesis pertama, yaitu variabel *security* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap *customer satisfaction*, dinyatakan diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa pengguna percaya dan merasa aman terhadap sistem keamanan *Livin' by Mandiri*, seperti fitur autentikasi dua faktor dan sistem pengamanan berlapis. Oleh karena itu, penting bagi *Livin' by Mandiri* untuk terus mengembangkan perlindungan keamanan data untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

Kemudian pada hipotesis kedua yang menunjukkan bahwa variabel *relative advantage* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap *customer satisfaction*, dinyatakan diterima. Temuan ini menandakan bahwa

keunggulan *Livin' by Mandiri*, seperti kemudahan transaksi, fitur yang efisien, dan dapat diakses dari mana saja, memberikan nilai tambah yang dirasakan langsung oleh pengguna. Dengan begitu, penting bagi Bank Mandiri untuk terus meningkatkan dan mempertahankan keunggulan layanan dan fitur-fiturnya untuk memberikan pengalaman yang semakin bernilai.

Hipotesis ketiga, yaitu variabel *convenience* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap *customer satisfaction*, dinyatakan diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan akses dan navigasi yang mudah dipahami pada aplikasi *Livin' by Mandiri* berkontribusi besar terhadap kenyamanan pengguna, sehingga mempengaruhi tingkat kepuasan. Sehingga, sangat penting bagi perusahaan untuk menjaga performa serta kenyamanan pengguna dalam mengakses layanan agar tetap sederhana dan mudah digunakan.

Lanjut ke hipotesis keempat, yaitu variabel *security* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap *customer loyalty*, dinyatakan diterima. Hal ini berarti, persepsi yang semakin tinggi dari pengguna terhadap keamanan aplikasi, loyalitas dalam menggunakan aplikasi juga akan semakin besar. Oleh karena itu, *Livin' by Mandiri* perlu terus menjaga dan mengkomunikasikan upaya perlindungan keamanan kepada pengguna untuk menjaga loyalitas mereka.

Selanjutnya hipotesis kelima, yaitu variabel *relative advantage* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap *customer loyalty*,

dinyatakan diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa pengguna yang merasakan keunggulan mobile banking *Livin' by Mandiri* dibandingkan layanan serupa lainnya, cenderung akan tetap setia dan terus menggunakan aplikasi ini. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus melakukan inovasi pada fitur dan layanan agar keunggulan kompetitif tetap terjaga.

Kemudian pada hipotesis keenam, yaitu variabel *convenience* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap *customer loyalty*, dinyatakan diterima. Temuan ini memperlihatkan bahwa kemudahan dalam menggunakan aplikasi akan meningkatkan kecenderungan pengguna untuk terus menggunakannya secara berkelanjutan. Oleh sebab itu, perusahaan harus memastikan bahwa fitur-fitur yang ditawarkan tetap *user-friendly* dan responsif.

Terakhir, pada hipotesis ketujuh, yaitu variabel *customer satisfaction* secara positif dan signifikan berpengaruh pada *customer loyalty*, dinyatakan diterima. Hasil ini menegaskan bahwa pengguna yang merasa puas dengan layanan *Livin' by Mandiri* akan lebih cenderung untuk tetap menggunakannya dan merekomendasikannya ke pengguna lain. Oleh karena itu, upaya meningkatkan kepuasan nasabah akan berkontribusi besar dalam membangun basis pelanggan yang loyal dan berkelanjutan.

5.2 Implikasi

Implikasi pada penelitian ini mencakup dua jenis, yaitu implikasi teoritis dan implikasi praktis. Implikasi teoritis memberikan kontribusi

penelitian terhadap pengembangan teori yang relevan dalam bidang studi yang diteliti atau memberikan.

5.2.1 Implikasi Teoritis

Temuan ini dapat memberi kontribusi secara teoritis dalam pengembangan teori UTAUT2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*). Hasil penelitian menunjukkan variabel *relative advantage* secara signifikan mempengaruhi variabel *customer satisfaction* dan *customer loyalty*. Hasil ini mendukung konsep *performance expectancy* pada UTAUT2 dimana pengguna merasa bahwa aplikasi mobile banking memberikan manfaat, efisiensi, kemudahan akses, dan efektivitas dalam aktivitas perbankan sehari-hari. Ini menunjukkan bahwa persepsi akan manfaat (*benefit*) yang diperoleh dari penggunaan teknologi secara signifikan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna.

Hasil penelitian ini juga menguatkan konsep *effort expectancy* dalam UTAUT2 dimana *convenience* atau kemudahan penggunaan dalam suatu sistem berperan dalam menentukan niat dan perilaku pengguna terhadap teknologi. Niat penggunaan ini didasari oleh rasa kepuasan dari pengalaman yang dirasakan pengguna saat menggunakan suatu teknologi.

Hasil penelitian juga menambahkan perspektif baru terhadap faktor keamanan atau *security*, yang terbukti menjadi faktor penting dalam membentuk kepercayaan dan kepuasan pengguna dalam

mengadopsi teknologi digital. Hal ini dapat menjadi pertimbangan dalam perluasan model UTAUT2 untuk konteks industri digital banking, di mana keamanan data dan informasi menjadi aspek yang sangat krusial.

5.2.2 Implikasi Praktis

Implikasi ini dapat dimanfaatkan oleh Bank Mandiri untuk mengembangkan dan meningkatkan layanannya. Memberikan gambaran mengenai area mana yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Pada variabel *security*, indikator dengan nilai negatif terbanyak berada pada indikator S2, yaitu "Kerahasiaan data saya aman ketika menggunakan layanan mobile banking *Livein' by Mandiri*." Tingginya jumlah responden yang meragukan keamanan data pribadi menandakan masih adanya kekhawatiran terhadap potensi kebocoran informasi pribadi dalam penggunaan aplikasi. Hal ini bisa kemungkinan disebabkan oleh kurangnya pemahaman pengguna tentang sistem keamanan yang digunakan *Livein' by Mandiri*. Kedepannya, Bank Mandiri dapat memperkuat edukasi publik terkait sistem keamanan yang sudah mereka terapkan. Misalnya dengan menyajikan edukasi rutin di platform media sosial tentang bagaimana data nasabah dilindungi dan dijamin. Bank Mandiri juga perlu meningkatkan sistem keamanannya, misalnya dengan menambahkan verifikasi biometrik atau *face recognition* untuk meningkatkan kepercayaan nasabah.

Pada variabel *relative advantage*, indikator dengan nilai negatif terbanyak berada pada indikator RA2, yaitu “Lebih mudah melakukan transaksi di layanan mobile banking *Livin’ by Mandiri* dibandingkan dengan bank lain.” Nilai negatif ini bisa menunjukkan bahwa proses transaksi di *Livin’ by Mandiri* belum sepraktis yang diharapkan, atau belum unggul dibanding aplikasi lainnya. *Livin’ by Mandiri* perlu mengevaluasi sistem layanan mereka dan juga menonjolkan *user experience* yang cepat, ringan, dan minim error. Evaluasi berkala terhadap kecepatan dan kenyamanan saat bertransaksi sangat penting agar aplikasi tetap kompetitif.

Pada variabel *convenience*, indikator dengan nilai negatif terbanyak berada pada indikator C5, yaitu “Layanan mobile banking *Livin’ by Mandiri* bisa diakses dengan lancar dan tanpa gangguan jaringan.” Tingginya respon negatif pada indikator ini menunjukkan bahwa beberapa pengguna masih mengalami kendala jaringan atau akses lambat saat menggunakan aplikasi. Faktor ini bisa sangat mengganggu kenyamanan, apalagi jika terjadi saat transaksi penting. Oleh karena itu, peningkatan stabilitas server, optimalisasi aplikasi agar lebih ringan, serta pemberitahuan informasi saat terjadi maintenance perlu diperhatikan. Bank juga bisa menambahkan fitur *real-time* status server pada aplikasi, agar pengguna mengetahui kondisi layanan atau masalah yang sedang terjadi pada aplikasi secara langsung.

Pada variabel *customer satisfaction*, indikator dengan nilai negatif terbanyak berada pada indikator CS1, yaitu “Mobile banking *Livin’ by Mandiri* memberikan layanan yang sesuai dengan ekspektasi saya.” Indikator ini mendapat tanggapan negatif terbanyak mengindikasikan adanya kesenjangan antara harapan dan pengalaman nyata pengguna. Mungkin masih terdapat layanan yang tidak bisa atau sulit digunakan, sehingga tidak memberikan rasa puas kepada pengguna. Untuk mengatasinya, Bank Mandiri dapat melakukan survei kepuasan lebih spesifik, terkait fitur atau layanan yang dibutuhkan penggunanya, sehingga apa yang mereka tawarkan dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pengguna.

Pada variabel *customer loyalty*, indikator dengan nilai negatif terbanyak berada pada indikator CL3, yaitu “Mobile banking *Livin’ by Mandiri* merupakan pilihan utama saya dalam memanfaatkan layanan perbankan.” Indikator dengan respon negatif tertinggi ini menunjukkan bahwa sebagian pengguna masih memiliki aplikasi lain sebagai preferensi utama. Artinya, meskipun mereka menggunakan *Livin’ by Mandiri*, belum tentu mereka loyal sepenuhnya. Untuk meningkatkan loyalitas, *Livin’ by Mandiri* perlu menghadirkan program *loyalty* yang menarik, seperti poin *reward*, *cashback*, potongan harga, atau keunggulan eksklusif lainnya untuk pengguna setia mereka.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, seperti populasi yang tercakup sangat terbatas, hanya berfokus pada Gen Z berusia 17 - 28 tahun, sehingga tidak mencerminkan keseluruhan pengguna aplikasi *Livin' by Mandiri* dari generasi atau kelompok usia lain. Selain itu, penelitian ini hanya terbatas di wilayah DKI Jakarta saja, sehingga tidak merepresentasikan pengguna *Livin' by Mandiri* di wilayah lain di Indonesia. Selain itu, penelitian ini hanya menerapkan metode kuantitatif dengan kuesioner secara *online*, tanpa didukung oleh data kualitatif seperti wawancara atau observasi langsung ke lapangan yang mungkin bisa menggali lebih dalam pengalaman pengguna secara langsung. Penelitian ini juga terbatas pada satu aplikasi mobile banking, yaitu *Livin' by Mandiri*, sehingga generalisasi ke aplikasi lainnya perlu dilakukan dengan hati-hati.

5.4 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Dengan mempertimbangkan keterbatasan yang ada, disarankan agar peneliti selanjutnya dapat melakukan perluasan demografi responden, baik dari sisi usia, wilayah geografis, hingga profesi. Kemudian penelitian ini hanya terbatas pada kelompok umur Gen Z yang berdomisili di DKI Jakarta. Maka penelitian selanjutnya dapat melakukan perluasan target pasar kepada kelompok umur lainnya yang berdomisili di luar DKI Jakarta. Penelitian ini terbatas pada pengumpulan data dengan survei melalui kuesioner *online*, sehingga peneliti selanjutnya bisa menambahkan metode pengumpulan data lainnya seperti wawancara atau *focus group discussions* (FGD), untuk

menggali dan mengeksplorasi secara lebih mendalam bagaimana persepsi Gen Z terhadap factor faktor yang mempengaruhi *customer satisfaction* dan *customer loyalty* pada layanan mobile banking. Peneliti selanjutnya juga disarankan dapat melakukan perbandingan dengan platform mobile banking lainnya dan model dikembangkan dengan memasukkan variabel independen lainnya yang berkaitan dengan kepuasan dan loyalitas konsumen dalam konteks mobile banking agar model menjadi lebih komprehensif. Ini akan memberikan gambaran menyeluruh perihal bagaimana kepuasan dan loyalitas konsumen pada layanan mobile banking dipengaruhi oleh variabel-variabel yang diteliti.

