

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Hasil dari penelitian data primer yang dilakukan oleh peneliti menghasilkan analisis persepsi risiko dan persepsi keamanan terhadap niat penggunaan Mandiri Online dengan kepercayaan sebagai pemediasi. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi risiko berpengaruh terhadap kepercayaan sehingga hipotesis 1 dapat diterima. Sehingga H1 memiliki persepsi risiko yang rendah maka membuat kepercayaan meningkat.
2. Persepsi keamanan berpengaruh terhadap kepercayaan sehingga hipotesis 2 dapat diterima. Sehingga H2 memiliki persepsi keamanan yang baik sehingga kepercayaan meningkat.
3. Kepercayaan berpengaruh terhadap niat penggunaan sehingga hipotesis 3 dapat diterima. Sehingga H3 memiliki kepercayaan yang baik membuat niat penggunaan meningkat.
4. Persepsi risiko berpengaruh terhadap niat penggunaan sehingga hipotesis 4 dapat diterima. Sehingga H4 memiliki persepsi risiko yang rendah sehingga membuat niat penggunaan meningkat.
5. Kepercayaan berpengaruh terhadap niat penggunaan sehingga hipotesis 5 dapat diterima. Sehingga H5 memiliki kepercayaan yang baik membuat niat penggunaan meningkat.

6. Persepsi risiko berpengaruh terhadap niat penggunaan melalui kepercayaan sebagai pemediasi sehingga hipotesis 6 dapat diterima. Sehingga H6 persepsi risiko diperkuat oleh kepercayaan sehingga persepsi resiko yang kecil didukung kepercayaan yang baik meningkatkan niat penggunaan.
7. Persepsi keamanan berpengaruh terhadap niat penggunaan melalui kepercayaan sebagai pemediasi sehingga hipotesis 7 dapat diterima. Sehingga H7 diperkuat oleh kepercayaan sehingga persepsi keamanan yang baik didukung kepercayaan yang baik meningkatkan niat penggunaan.

## **B. Implikasi**

Dari hasil analisis pada 200 responden di Jabodetabek yang paling banyak mendominasi di wilayah DKI Jakarta. Responden yang menggunakan Mandiri Online pada rentang usia 20 tahun sampai dengan >40 tahun di dominasi pada usia 20 tahun – 25 tahun, untuk pekerjaan didominasi oleh pegawai BUMN dengan tingkat pendapatan > Rp 5.000.000, dan alasan niat penggunaan Mandiri Online karena risiko yang muncul kecil ,keamanan terjamin dan responden percaya. Dengan adanya data tersebut memungkinkan dalam waktu 1 bulan terakhir nasabah Bank Mandiri banyak yang mulai menggunakan Mandiri Online dengan alasan penggunaan sesuai dengan kebutuhan responden.

Hasil analisis menyatakan persepsi risiko dan persepsi keamanan berpengaruh terhadap kepercayaan, persepsi risiko dan persepsi keamanan berpengaruh pada niat penggunaan, kepercayaan berpengaruh terhadap niat penggunaan, persepsi risiko dan kepercayaan berpengaruh niat penggunaan serta persepsi keamanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap niat penggunaan. Untuk meningkatkan niat penggunaan Mandiri Online juga perlu meningkatkan respon positif nasabah di Jabodetabek terhadap persepsi risiko, persepsi keamanan dan kepercayaan aspek yang perlu ditingkatkan yaitu:

1. Variabel persepsi risiko

Jika dilihat dari hasil olah data variabel persepsi risiko, hasil yang paling rendah pada pernyataan dari dimensi Risiko Psikologis Mandiri Online selalu meningkatkan kinerja dengan mengupgrade aplikasi dan terdapat histori transaksi. Solusi untuk perusahaan yaitu Bank Mandiri disarankan untuk mengupgrade aplikasi yang dapat memaksimalkan kinerja mandiri onlen dan membuat rincian transaksi dimana perhari dimana pengguna dapat mencek pengeluarannya saat menggunakan Mandiri Online dengan mudah.

2. Variabel persepsi keamanan

Jika dilihat dari hasil olah data variabel persepsi keamanan, hasil yang paling rendah pada pernyataan dari dimensi *access control* dimana *access control* yang saat ini disediakan Mandiri Online kurang menambah persepsi keamanan konsumen terhadap Mandiri Online Solusi untuk

perusahaan yaitu perusahaan harus tetap menjaga kualitas *access control* dengan terus meng*upgrade* dan memperbarui *access control* agar tingkat keamanannya terus meningkat.

### 3. Variabel Kepercayaan

Jika dilihat dari hasil olah data variabel kepercayaan, hasil yang paling rendah pada pernyataan dari dimensi kepercayaan *benevolence*. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen merasa jika Bank Mandiri kurang cepat dalam menangani masalah dan keluhan konsumen mengenai Mandiri Online. Solusi untuk perusahaan yaitu lebih cepat lagi dalam menangani masalah yang terjadi dengan Mandiri Online dengan menginformasikan kapan masalah akan selesai dan meningkatkan jumlah dan layanan call center guna menangani keluhan konsumen lebih cepat .

### 4. Variabel niat penggunaan

Jika dilihat dari hasil olah data variabel niat penggunaan, hasil yang paling rendah pada pernyataan dari dimensi waktu, konsumen belum dapat memastikan apakah akan menggunakan dan membutuhkan Mandiri Online dikemudian hari. Solusi untuk perusahaan yaitu lebih banyak membuat konsumen lebih tertarik untuk menggunakan mandiri online.

## C. Saran

Berdasarkan hasil uji penelitian dan kesimpulan, maka diberikan beberapa saran sebagai berikut:

### a. Saran Praktis

1. Pada implikasi yang telah dijabarkan pada variabel persepsi risiko diharapkan bagi PT Bank Mandiri meng-*upgrade* dan melakukan *meitanence* terhadap aplikasi secara berkala agar kinerja aplikasi Mandiri Online terus meningkat dan juga terus meng-*update* sistem versi terbaru, dan memastikan pelanggan meng-*update* aplikasi Mandiri Online apabila tidak di *update* situs tidak dapat diakses, hal ini dikarenakan untuk mengurangi risiko mudah diretas dan terjadi *crash* (tiba-tiba keluar) karena situs sudah using. Selain itu diharapkan Mandiri Online menyediakan daftar jumlah uang yang sudah terdebit setiap melakukan transaksi sehingga konsumen dapat memantau penggunaan dananya.
2. Terkait pada implikasi yang telah dijabarkan pada variabel persepsi keamanan diharapkan bagi PT Bank Mandiri untuk melakukan evaluasi terhadap keamanan Mandiri Online agar tetap stabil, Seperti membuat integrasi satu akun untuk mengakses Mandiri Online web dan Mandiri Online app dan Menggunakan 2-Factor Authentication (2FA) dengan username dan password, beserta M-PIN untuk bertransaksi yang terjaga kerahasiannya. Serta adanya *Auto Logoff (Session Time Out)* jika nasabah

lupa *log out* dan adanya notifikasi melalui email ataupun SMS setiap melakukan transaksi.

3. Sehubungan dengan penjabaran implikasi variabel kepercayaan diharapkan PT Bank Mandiri meningkatkan kualitas dalam menanggapi keluhan konsumen melalui call center yang dapat dihubungi selama 24 jam dalam 7 hari sehingga konsumen tidak merasa khawatir jika terjadi masalah di malam hari dan di hari libur, call center masih dapat dihubungi untuk menanggapi masalah yang terjadi, lalu diharapkan pula untuk lebih meningkatkan jaminan kepada nasabahnya sehingga nasabah lebih percaya menggunakan Mandiri Online.
4. Berdasarkan penjabaran implikasi variabel niat penggunaan diharapkan PT Bank Mandiri lebih banyak melakukan promosi-promosi Mandiri Online dengan membuat promosi tidak hanya pada website resmi Bank Mandiri, media sosial dan media massa tetapi juga melalui e-commerce yang saat ini sering dikunjungi oleh konsumen seperti pada Lazada, Tokopedia, Shopee dan lainnya seperti promosi jika melakukan pembayaran menggunakan Mandiri Online maka ada *cashback* yang akan didapat.

b. Saran Teoritis

1. Pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan kembali dengan objek yang lebih menarik, dan lebih spesifik serta dengan melakukan

penyebaran kuesioner dengan lebih beragam responden sehingga hasil yang didapatkan lebih merata dan mencakup segmen yang lebih luas.

2. Agar didapatkan suatu model penelitian yang didukung oleh teori empiris yang kuat maka disarankan untuk lebih memperbanyak referensi penelitian lain yang mampu mendukung penelitian yang diteliti
3. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan mengambil responden dari kompetitor dan membandingkan dengan *E-Banking* lain agar mendapatkan perbandingan yang lebih menarik dan menciptakan penelitian baru tentang komparasi bisnis perbankan di Indonesia.