

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan dari hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

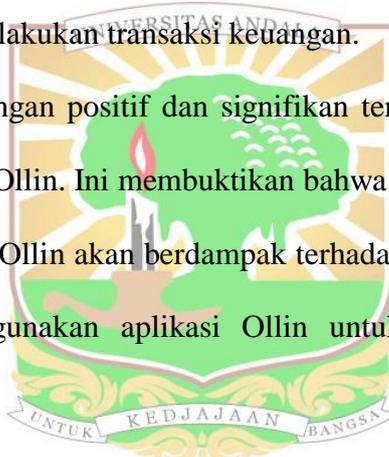
1. *Performance expectancy* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap *use behavior* menggunakan aplikasi Ollin. Ini membuktikan bahwa semakin baik performa aplikasi Ollin maka akan berdampak terhadap peningkatan perilaku nasabah dalam menggunakan aplikasi Ollin untuk melakukan transaksi keuangan.
2. *Effort expectancy* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap *use behavior* menggunakan aplikasi Ollin. Ini membuktikan bahwa semakin mudah usaha yang diperlukan nasabah untuk aplikasi Ollin maka akan berdampak terhadap peningkatan perilaku nasabah dalam menggunakan aplikasi Ollin untuk melakukan transaksi keuangan.
3. *Social influence* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap *use behavior* menggunakan aplikasi Ollin. Ini membuktikan bahwa semakin banyaknya orang disekitar yang menggunakan aplikasi Ollin maka akan berdampak terhadap peningkatan perilaku nasabah dalam menggunakan aplikasi Ollin untuk melakukan transaksi keuangan.

4. *Facilitating condition* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap *use behavior* menggunakan aplikasi Ollin. Ini membuktikan bahwa semakin tersedianya fasilitas yang akan mendukung dalam menggunakan aplikasi Ollin maka akan berdampak terhadap peningkatan perilaku nasabah dalam menggunakan aplikasi Ollin untuk melakukan transaksi keuangan.
5. *Hedonic motivation* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap *use behavior* menggunakan aplikasi Ollin. Ini membuktikan bahwa semakin ketika aplikasi Ollin dapat mengikuti perkembangan dan kemajuan teknologi maka akan berdampak terhadap peningkatan perilaku nasabah dalam menggunakan aplikasi Ollin untuk melakukan transaksi keuangan.
6. *Perceived value* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap *use behavior* menggunakan aplikasi Ollin. Ini membuktikan bahwa semakin nasabah merasakan kemudahan dalam menggunakan aplikasi Ollin maka akan berdampak terhadap peningkatan perilaku nasabah dalam menggunakan aplikasi Ollin untuk melakukan transaksi keuangan.
7. *Habit* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap *use behavior* menggunakan aplikasi Ollin. Ini membuktikan bahwa semakin terbiasa nasabah menggunakan aplikasi Ollin maka akan berdampak terhadap peningkatan perilaku nasabah dalam menggunakan aplikasi Ollin untuk melakukan transaksi keuangan.
8. *Risk perception* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap *use behavior* menggunakan aplikasi Ollin. Ini membuktikan bahwa semakin rendahnya ancaman resiko yang akan diterima konsumen dalam

menggunakan aplikasi Ollin maka akan berdampak terhadap peningkatan perilaku nasabah dalam menggunakan aplikasi Ollin untuk melakukan transaksi keuangan.

9. *Use behavior* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap *user satisfaction* menggunakan aplikasi Ollin. Ini membuktikan bahwa semakin baiknya perilaku nasabah dalam menggunakan aplikasi Ollin maka akan berdampak terhadap peningkatan kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi Ollin untuk melakukan transaksi keuangan.

10. *e-CRM* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap *user satisfaction* menggunakan aplikasi Ollin. Ini membuktikan bahwa pendapat dan saran dari nasabah untuk aplikasi Ollin akan berdampak terhadap peningkatan kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi Ollin untuk melakukan transaksi keuangan.



11. Dari hasil penelitian membuktikan bahwa konstruk *UTAUT* dapat mendukung kepuasan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi begitu juga dengan teknologi yang tersedia di perbankan seperti *Ollin*. Dalam penelitian ini juga mendapatkan tiga faktor utama yang mendukung kepuasan dalam menggunakan teknologi yang didasarkan pada koefisien regresi tertinggi yaitu *facilitating condition*, *hedonic motivation* dan *perceived value*.

5.2. Implikasi Penelitian

Hasil penelitian yang ditemukan pada penelitian ini dapat menjadi salah satu masukan untuk perusahaan perbankan khususnya pelayanan transaksi digital.

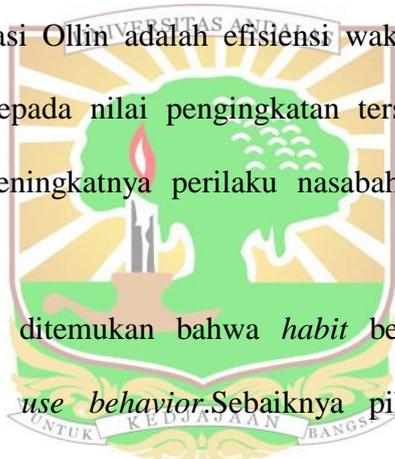
1. Pada penelitian ini ditemukan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*.Sebaiknya pihak manajemen dapat terus meningkatkan performa aplikasi agar lebih cepat dan semakin responsif sehingga dapat mempercepat proses transaksi, serta juga menintegrasikan Ollin dengan lembaga dan developer lainnya agar dapat menjangkau akses layanan transaksi finansial yang lebih banyak lagi seperti contohnya pembayaran uang kuliah yang saat ini baru terbatas untuk kampus Universitas Andalas dan UIN Imam Bonjol Padang. Hal tersebut akan berdampak kepada semakin meningkatnya perilaku nasabah dalam menggunakan aplikasi Ollin.
2. Pada penelitian ini ditemukan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*.Sebaiknya pihak manajemen terus meningkatkan kemudahan yang lebih kepada nasabahmelalui peningkatan desain antarmuka yang sederhana dan mudah dipahami, penambahan fitur panduan penggunaan dan tutorial yang sebelumnya hanya ada pada saat penggunaan pertama kali sehingga akan berdampak kepada semakin meningkatnya perilaku nasabah dalam menggunakan aplikasi Ollin
3. Pada penelitian ini ditemukan bahwa *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*.Sebaiknya pihak manajemen terus meningkatkan kembali peningkatan informasi bahwa aplikasi sudah

banyak digunakan bahkan dilingkungan sekitar melalui penyampaian informasi akan pentingnya penggunaan dan testimoni penggunaan Ollin melalui akun media sosial resmi Bank Nagari, serta juga adanya edukasi dari petugas Bank Nagari dalam mengedukasi dan menginformasikan Ollin sehingga akan berdampak kepada semakin meningkatnya perilaku nasabah dalam menggunakan aplikasi Ollin.

4. Pada penelitian ini ditemukan bahwa *facilitating condition* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*. Sebaiknya pihak manajemen terus meningkatkan kembali ketersediaan fasilitas yang digunakan untuk membantu dalam penggunaan aplikasi Ollin seperti merchant pembayaran di tempat perbelanjaan yang membuat adanya ekosistem pembayaran Bank Nagari sehingga akses transaksi finansial menggunakan Ollin menjadi semakin mudah. Kemudian pengguna Ollin juga dapat terus diberikan informasi terkait Ollin baik langsung dari petugas maupun sosial media Bank Nagari. Beberapa hal tersebut akan berdampak kepada semakin meningkatnya perilaku nasabah dalam menggunakan aplikasi Ollin.
5. Pada penelitian ini ditemukan bahwa *hedonic motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*. Sebaiknya pihak manajemen dapat mengikuti perkembangan teknologi dan gaya hidup sehingga semakin memberikan kesenangan kepada pengguna Ollin. Hal yang bisa di implementasikan adalah dengan penambahan fitur *Chat Banking* melalui mediasi *Artificial Intelligence* yang dapat memberi informasi mengenai hal

hal yang baru serta memberikan kesenangan kepada nasabah sehingga berdampak kepada semakin meningkatnya perilaku nasabah dalam menggunakan aplikasi Ollin.

6. Pada penelitian ini ditemukan bahwa *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*.Sebaiknya pihak manajemen terus meningkatkan nilai yang diberikan aplikasi Ollin kepada pengguna.Nilai utama yang mempengaruhi semakin meningkatnya perilaku nasabah dalam menggunakan aplikasi Ollin adalah efisiensi waktu dan efisiensi biaya. Dengan berfokus kepada nilai pengingkatan tersebut akan berdampak kepada semakin meningkatnya perilaku nasabah dalam menggunakan aplikasi Ollin
7. Pada penelitian ini ditemukan bahwa *habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*.Sebaiknya pihak manajemen terus meningkatkan kebiasaan nasabah menggunakan aplikasi Ollin melalui beberapa strategi diantaranya kegiatan sosialisasi dan edukasi terhadap aplikasi Ollin. Kemudian adanya notifikasi dukungan layanan yang diberikan Ollin seperti informasi promosi, peringatan hari besar, ajakan bertransaksi pada aplikasi Ollin, dan lain sebagainya. Sehingga dapat meningkatkan kebiasaan nasabah dalam menggunakan aplikasi Ollin dan akan berdampak kepada semakin meningkatnya perilaku nasabah dalam menggunakan aplikasi Ollin.
8. Pada penelitian ini ditemukan bahwa *risk perception* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*.Sebaiknya pihak manajemen terus



meningkatkan perlindungan dan jaminan keamanan yang didapatkan nasabah dalam menggunakan aplikasi Ollin. Perlindungan dan jaminan keamanan dapat dilakukan informasi terpadu terkait pemeliharaan server/jaringan, dan informasi terkait penipuan yang disampaikan tidak hanya dari petugas Bank tetapi juga harus ditambahkan melalui notifikasi dari Ollin sehingga akan berdampak kepada semakin meningkatnya perilaku nasabah dalam menggunakan aplikasi Ollin.

9. Pada penelitian ini ditemukan bahwa *use behavior* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *user satisfaction*.Sebaiknya pihak manajemen terus meningkatkan kembali perilaku konsumen dalam menggunakan aplikasi Ollin melalui peningkatan kemudahan akses layanan transaksi finansial yang tersedia pada fitur-fitur Ollin sehingga akan berdampak kepada semakin meningkatnya kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi Ollin.

10. Pada penelitian ini ditemukan bahwa *e-CRM* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *user satisfaction*.Sebaiknya pihak manajemen dapat memberikan informasi atau konten konten terkait kemudahan dan keunggulan Ollin serta informasi terkait fitur Ollin lainnya. Kemudian pihak manajemen juga dapat menambahkan fitur pengaduan & *complaint handling* yang terintegrasi langsung dengan aplikasi Ollin.Hal tersebut akan kepada semakin meningkatnya kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi Ollin.

5.3. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan oleh penulis terkait dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian mendatang diharapkan dapat menggunakan demografi responden sebagai faktor yang dapat mempengaruhi *use behavior* dan *user satisfaction*, mengingat bahwa pada tiap-tiap indikator demografi responden memiliki jumlah frekuensi mulai dari yang paling banyak hingga yang paling sedikit.
2. Penelitian mendatang diharapkan dapat menggunakan objek lain selain perbankan, seperti aplikasi berbasis teknologi Honda e-Care yang digunakan pada industri otomotif untuk memberikan pelayanan purna jual kepada konsumen.
3. Penelitian mendatang diharapkan dapat menguji secara lebih rinci terhadap variable e-CRM yang terdiri dari 3 dimensi yaitu Pra-service Transaction, During-service Transaction, dan Post-Service Transaction mengingat bahwa variabel e-CRM dapat mempengaruhi *user satisfaction* dan masih bisa diuji secara lebih rinci.

