

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Fitur-fitur seperti aplikasi mobile banking seperti kemudahan transaksi, adanya promo menarik atau diskon digital, sistem pembayaran yang instan (QRIS, transfer, e-wallet) serta integrasi dengan e-commerce memicu gen z untuk bertransaksi lebih sering menggunakan mobile banking. Penting untuk diketahui bahwa penggunaan mobile banking bukanlah hal yang negatif. Justru dengan adanya teknologi ini dapat membantu gen z dalam hal efisiensi waktu, kemudahan mengakses layanan keuangan serta transparansi dalam mencatat pengeluaran. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penggunaan mobile banking untuk kebutuhan konsumtif di kalangan gen z sangat tinggi

5.2 Saran

Wondr by BNI disarankan untuk terus berupaya meningkatkan strategi promosinya agar dapat menarik minat gen z untuk memilih menggunakan layanan mobile banking Wondr by BNI. Untuk seluruh kegiatan promosi above dan below the line yang dilakukan Wondr by BNI sebaiknya diinformasikan kepada konsumen dengan memanfaatkan beragam media sosial yang sering diakses oleh generasi milenial dan generasi z seperti facebook, youtube, instagram, tiktok, twitter, dan lain-lain. Wondr by BNI memanfaatkan eksposur endorser yang tepat dengan menampilkan berbagai konten iklan digital diberbagai media sosial yang disesuaikan dengan target pasar yang dituju agar dapat mengubah preferensi, sikap dan minat nasabahnya untuk lebih sering menggunakan layanan dan produk BNI sehingga nasabah menjadi lebih loyal (Haratua Pandjaitan, 2018).

Guna meningkatkan persepsi gen z, bank BNI juga harus proaktif dan juga agresif dalam menyuarakan pandangan dan gagasannya agar masyarakat mendapatkan gambaran yang benar tentang banyaknya manfaat dari fitur-fitur yang di sediakan Wondr by BNI yang tidak hanya memiliki tampilan yang menarik tetapi juga menguntungkan bagi gen z dengan menawarkan produk dan layanan yang inovatif, berkualitas, dan kompetitif.