

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pengolahan data yang telah penulis lakukan kepada para pengguna aplikasi *digital banking* Blu by BCA Digital di DKI Jakarta. Maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *E-Service Quality* ( $X_1$ ), *Trust* ( $X_2$ ), dan *Perceived Ease of Use* ( $X_3$ ) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan ( $Y$ ). Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian Uji F, hasil  $f$  hitung  $>$   $f$  tabel dan nilai  $sig < 0,05$ . Pengaruhnya sebesar 0,609 atau 60,9% dan sisanya sebesar 39,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Perusahaan dapat melakukan evaluasi bagaimana persaingan pada penawaran, promosi, fitur aplikasi dari kompetitor guna meningkatkan keputusan pengguna.
2. Variabel *E-Service Quality* ( $X_1$ ) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan ( $Y$ ). Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian Uji T, hasil  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel dan nilai  $sig < 0,05$ . Pengaruhnya sebesar 0,353 atau 35,3% dan sisanya sebesar 64,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
3. Variabel *Trust* ( $X_2$ ) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan ( $Y$ ). Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian Uji T, hasil  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel dan nilai  $sig < 0,05$ . Pengaruhnya sebesar 0,485

atau 48,5% dan sisanya sebesar 51,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

4. Variabel *Perceived Ease of Use* ( $X_3$ ) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan (Y). Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian Uji T, hasil t hitung  $>$  t tabel dan nilai sig  $<$  0,05. Pengaruhnya sebesar 0,374 atau 37,4% dan sisanya sebesar 59,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pada hasil pengolahan data diatas, maka yang dapat penulis sarankan untuk perusahaan Blu by BCA Digital adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik dalam variabel *E-Service Quality* ( $X_1$ ), *Trust* ( $X_2$ ), dan *Perceived Ease of Use* ( $X_3$ ) memiliki pengaruh yang baik untuk Keputusan Penggunaan (Y). Untuk itu semua elemen ini harus dipertahankan oleh aplikasi *digital banking* Blu by BCA, seperti menyesuaikan fitur dengan kebutuhan pengguna, dan terus menawarkan promosi yang menarik. Adapun langkah lain yang perlu diperhatikan secara berkala mengenai kebutuhan ataupun kepentingan saat ini yang diperlukan pasar, melakukan penyesuaian pada aplikasi agar lebih mudah terjangkau bagi kalangan atau generasi tertentu yang belum dapat dijangkau dan tidak lupa juga dengan mencocokkan kemampuan dan kebutuhan pengguna. Selalu berinovasi dengan

pelayanan yang memuaskan sehingga konsumen lebih tertarik dan semakin percaya untuk mulai menggunakan blu by BCA Digital sebagai pilihan utama layanan bank digital.

2. *E-Service Quality* ( $X_1$ ) memiliki pengaruh yang baik terhadap Keputusan Penggunaan ( $Y$ ). Melihat pernyataan 9 dan 10 yang memiliki nilai skor sangat baik sebesar 4,51 dan 4,6. Hal ini bisa menjadi acuan bagi Blu by BCA Digital bahwa paling banyak pengguna aplikasi Blu by BCA Digital menyukai layanan dan fitur yang disediakan sesuai kebutuhan dan efisien, serta bersifat aman dalam melakukan transaksi.
3. *Trust* ( $X_2$ ) memiliki pengaruh yang baik terhadap Keputusan Penggunaan ( $Y$ ). Melihat jawaban dari semua pertanyaan yang memiliki nilai rata-rata skor sangat baik sebesar 4,5. Hal ini menunjukkan bahwa Blu by BCA memegang kepercayaan yang cukup kuat dihati para penggunanya. Kepercayaan yang telah tumbuh menimbulkan persepsi bahwa pengguna akan memilih untuk selalu menggunakan aplikasi Blu By BCA Digital merupakan pilihan yang aman dan dapat diandalkan sebagai layanan bank digital. Oleh karena itu penting sekali untuk mempertahankan kepercayaan yang telah dibangun kepada para pengguna, hal ini tentunya dapat menumbuhkan untuk menarik calon pengguna untuk mulai ikut menggunakan aplikasi bank digital dari Blu by BCA.

4. *Perceived Ease of Use* ( $X_3$ ) memiliki pengaruh yang baik terhadap Keputusan Penggunaan (Y). Melihat pernyataan 5 yang memiliki nilai skor sangat baik sebesar 4,63. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Blu by BCA Digital memiliki kemudahan dalam penggunaannya. Adanya kesan pertama yang baik akan menimbulkan persepsi bahwa aplikasi bank digital Blu by BCA memiliki kemudahan untuk dipahami dan digunakan. Oleh karena itu perlu untuk terus meningkatkan inovasi untuk mengembangkan layanan perbankan digital dalam memaksimalkan proses pemakaian yang cepat, jelas, dan familiar kepada para pengguna.

