

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti dalam bab-bab sebelumnya mengenai “pengaruh analisa *e-service quality* terhadap niat penggunaan ulang aplikasi *mobile banking* Livin’ by Mandiri, maka dari itu peneliti membuat kesimpulan yang dapat menjawab terhadap rumusan masalah penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Persepsi konsumen terhadap *electronic service quality* pada aplikasi *mobile banking* Livin’ by Mandiri

Persepsi konsumen terhadap *electronic service quality* pada aplikasi *mobile banking* Livin’ by Mandiri yang dapat dilihat dari variabel *e-service quality* berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarakan kepada responden, mayoritas responden yaitu masuk kedalam kategori netral terhadap *electronic service quality* yang diberikan oleh aplikasi *mobile banking* Livin’ by Mandiri telah baik. Masih terdapat banyak faktor atau masalah lainnya yang perlu diperbaiki kedepannya untuk meningkatkan performa pada aplikasi *mobile banking* Livin’ by Mandiri, peneliti menarik kesimpulan penjabaran setiap dimensinya sebagai berikut :

a. Responden menilai bahwa dimensi *efficiency* pada aplikasi *mobile banking* Livin’ by Mandiri masuk kedalam kategori baik karena secara keseluruhan memiliki total rata-rata sebesar 3,50. Berdasarkan 8 indikator yang berikan oleh peneliti, 5 indikator dikatakan baik karena pengguna setuju bahwa aplikasi *mobile banking* Livin’ by Mandiri dapat memberikan kecepatan dan kemudahan dalam menggunakan aplikasi dan 3 indikator dikatakan netral karena aplikasi *mobile banking* Livin’ by Mandiri masih terdapat kekurangan juga seperti proses *loading* yang cukup lama karena terjadi *stuck* pada halaman *loading*, kurangnya informasi penjelasan terkait aplikasi beserta fitur-fiturnya, dan terkadang masih menghambat dalam menyelesaikan transaksi seperti pengguna dipaksa untuk *update* ketika ingin digunakan serta masih terdapat bug ketika melakukan transaksi.

b. Responden menilai bahwa dimensi *fulfillment* pada aplikasi *mobile banking* Livin' by Mandiri masuk kedalam kategori netral karena secara keseluruhan memiliki total rata-rata sebesar 3,25. Berdasarkan 3 indikator yang berikan oleh peneliti, 1 indikator dikatakan baik karena pengguna setuju bahwa aplikasi dapat menyediakan proses transaksi yang tepat seperti adanya fitur *connector* dengan *e-wallet* yang ada seperti gopay, ovo, dan terdapat fitur intip saldo rekening dan *e-wallet* juga yang memenuhi kebutuhan konsumen. Namun 2 indikator dikatakan netral karena fitur layanan yang diberikan oleh aplikasi kurang tepat seperti fitur pembayaran virtual account yang dirasa kurang praktis oleh pengguna dan terdapat layanan *customer service* yang masih kurang baik karena terkadang tidak dapat menyelesaikan serta tidak memberikan solusi terhadap keluhan atau kendala yang dialami pengguna.

c. Responden menilai bahwa dimensi *system availability* pada aplikasi *mobile banking* Livin' by Mandiri masuk kedalam kategori netral karena secara keseluruhan memiliki total rata-rata sebesar 2,85. Berdasarkan 4 indikator yang berikan oleh peneliti, 1 indikator dikatakan baik karena pengguna setuju bahwa aplikasi dapat digunakan dengan baik asalkan pengguna secara berkala melakukan update rutin. 2 indikator dikatakan netral karena banyak pengguna merasakan terhambat ketika sedang ingin menggunakan aplikasi dikarenakan adanya *maintenance* dan pengguna juga banyak yang mengalami *freeze* ketika membuka aplikasi maupun ketika dihalaman sesudah *login*. Namun terdapat 1 indikator yang dikatakan tidak baik karena aplikasi sering terjadi *error* ketika digunakan pengguna dan juga sering *force close* yang padahal beberapa pengguna sudah rutin update aplikasi namun tidak ada efek yang lebih baik pada aplikasi di smartphone masing-masing pengguna.

d. Responden menilai bahwa dimensi *privacy* pada aplikasi *mobile banking* Livin' by Mandiri masuk kedalam kategori baik karena secara keseluruhan memiliki total rata-rata sebesar 3,45. Berdasarkan 3 indikator yang berikan oleh peneliti, 2 indikator dikatakan baik karena pengguna setuju bahwa aplikasi *mobile banking* Livin' by Mandiri dapat dipercaya serta melindungi data informasi pelanggan seperti menjaga kerahasiaan informasi transaksi dengan menutupkan nomor sumber rekening transfer

dan melindungi informasi data-data pribadi lainnya yang *confidential*. Namun 1 indikator dikatakan netral karena pengguna merasa ragu-ragu percaya dengan pihak bank untuk tidak menyebar informasi seperti nomor *handphone*, *email* kepada rekan kerjasamanya maupun afiliasinya dengan adanya syarat dan ketentuan marketing yang secara tidak langsung harus pengguna setuju ketika pendaftaran pembukaan rekening.

2. Sikap Konsumen terhadap niat penggunaan ulang pada aplikasi *mobile banking* Livin' by Mandiri

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa responden menilai indikator niat penggunaan ulang masuk kedalam kategori netral karena secara keseluruhan memiliki total rata-rata sebesar 2,96 yang berarti pengguna antara ingin dan tidak ingin untuk menggunakan kembali aplikasi *mobile banking* Livin' by Mandiri. Semua responden mayoritas masih ada niat menggunakan ulang aplikasi *mobile banking* Livin' by Mandiri karena terdapat kepentingan pada Bank Mandiri dan ingin memanfaatkan beberapa fitur-fitur yang tidak ada pada aplikasi *mobile banking* lainnya dan mencari informasi mengenai beberapa fitur maupun layanan yang ada. Namun pengguna masih cukup ragu-ragu dalam mereferensikan aplikasi ini kepada orang lain dan pengguna lebih memilih layanan aplikasi *mobile banking* lainnya jika tidak terdapat kepentingan pada aplikasi *mobile banking* Livin' by Mandiri.

3. Pengaruh *electronic service quality* terhadap niat penggunaan ulang pada aplikasi *mobile banking* Livin' by Mandiri

Pada analisis regresi linier berganda uji t dan uji F yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa dari keempat dimensi dari *electronic service quality*, terdapat 2 dimensi yang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat penggunaan ulang pada aplikasi *mobile banking* Livin' by Mandiri yaitu *efficiency* (X1), dan *system availability* (X3). Dimensi *efficiency* (X1) berpengaruh positif sebesar 0,040, dan dimensi *system availability* (X3) berpengaruh positif sebesar 0,402. Dimensi lainnya seperti tidak berpengaruh secara positif terhadap niat penggunaan

ulang karena memiliki nilai signifikansi diatas 0,05. Jika secara simultan hasil signifikansi didapatkan sebesar 31,078 yang mana lebih besar dari pada nilai F tabel sehingga secara bersamaan 4 dimensi variabel *electronic service quality* memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan ulang pada aplikasi aplikasi *mobile banking* Livin' by Mandiri Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *electronic service quality* beserta dengan dimensinya *efficiency*, *fulfillment*, *system availability*, dan *privacy* yang berpengaruh terhadap niat penggunaan ulang yaitu sebesar 53,2% pada aplikasi *mobile banking* Livin' by Mandiri.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari pembahasan yang telah didapatkan dari penelitian ini, peneliti memberikan saran yang sekiranya dapat dijadikan pertimbangan dan dikaji ulang bagi pihak manajemen PT Bank Mandiri (Persero) Tbk untuk membantu dalam menciptakan keunggulan bersaing dalam berkompetisi dengan industri perbankan. Peneliti akan memberikan saran yang berfokus pada dimensi *efficiency*, *fulfillment* dan *system availability* karena dimensi-dimensi tersebut yang merupakan terdapat pengaruh secara signifikan dan positif terhadap niat penggunaan ulang.

1. *Efficiency*

Aplikasi *mobile banking* Livin' by Mandiri sebaiknya memperjelas informasi terkait seluruh fitur-fitur aplikasi *mobile banking* Livin' by Mandiri dengan cara menambahkan penjelasan singkat yang akan memunculkan penjelasan terkait fitur yang diklik oleh pengguna. Lalu perusahaan dapat juga menambahkan *seperti mini glossary* pada fitur setting supaya ketika pengguna yang baru dapat mencari tahu lebih lanjut untuk dapat beradaptasi menggunakan aplikasi *mobile banking* Livin' by Mandiri. Selain itu sebaiknya juga segera memperbaiki permasalahan teknis yang ada seperti pengguna yang sudah *update* namun aplikasi masih kurang optimal tidak mengalami perubahan masih terdapat *bugs* dan *error* terutama dalam melakukan transaksi, lalu perusahaan juga sebaiknya dapat memperbaiki situs

aplikasi secara berkala juga terkait pengguna yang mengeluh terkait *stuck loading* pada sebelum *login* maupun sesudah *login*.

2. *System availability*

Aplikasi *mobile banking* Livin' by Mandiri sebaiknya dapat memperbaiki jaringan aplikasi di waktu yang tepat, dimana kebanyakan orang-orang tidak menggunakan aplikasi tersebut seperti pada dini hari jam 02.00 hingga 04.00 dan juga tidak perlu untuk berlama-lama supaya efisien pengguna juga bisa menggunakannya sesegera mungkin. Selain itu juga diperlukan memperbaiki masalah yang pengguna alami seperti *freeze* dan *force close*, mungkin bisa jika tidak bisa diatasi oleh internal terdapat alternatif *ousource* dengan menggunakan vendor yang paham dalam menyelesaikan masalah tersebut jika diperkenankan, sehingga pengguna tidak kebingungan apakah *smartphone* pengguna yang *error* atau dari aplikasinya.

Daftar Pustaka

- Aaker, D. A., Kumar, V., Leone, R. P., & Day, G. S. (2013). *Marketing Research 13th Edition*.
- Ambodale, A. P., & Jamiat, N. (2021). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Minat Pengguna Ulang Pengguna Aplikasi Bukalapak Di Provinsi Jawa Barat*, 5875-5889.
- Budiaji, W. (2013). *Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert*, 127-133.
- Christine, D., Wijaya, J., Chandra, K., Pratiwi, M., Lubis, M. S., & Nasution, I. A. (2019). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Total Arus Kas dan Ukuran Perusahaan terhadap Financial Distress pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017*, 340-351.
- Fauzi, A. A. (2018). *Electronic Service Quality on Mobile Application of Online Transportation Services*, 13-27.
- Hongdiyanto, C., Padmalia, M., Gosal, G. G., & Wahanadie, D. V. (2020). *The Influence of E-Service Quality and E-Recovery Towards Repurchase Intention on Online Shop In Surabaya : The Mediating Role of Customer Loyalty*, 209-226.
- Jainuri, M. (2013). *Model Skala Pengukuran*. Retrieved from https://www.slideshare.net/jenkelana/minggu-5skala-pengukuran?from_action=save
- Kontan.co.id. (2022). *Berkah Pandemi, Transaksi Mobil Banking Melonjak*. Retrieved from <https://keuangan.kontan.co.id/news/berkah-pandemi-transaksi-mobil-banking-melonjak>
- Lesmana, R., Sutarman, A., & Sunardi, N. (2021). *Building a Customer Loyalty Through Service Quality Mediated by Customer Satisfaction*, 38-45.

- Mahdani, N. M., & Widodo, T. (2021). *The Effect of E-Service Quality Dimensions Towards Customer Repurchase Intention of Mutual Funds Application Services Through Customer Satisfaction as an Intervening Variable (Case Study: Bareksa)*, 5558-5567.
- Marliyah, Ridwan, M., & Sari, A. K. (2021). *The Effect of E-Service Quality on Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty of Mobile Banking Users (Case Study of Bank Syariah Mandiri KCP Belawan)*, 2717-2729.
- Nurhayati, H. (2021). *Number of internet users in Indonesia 2017-2026*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/254456/number-of-internet-users-in-indonesia/#statisticContainer>
- Pahlevi, R. (2022). *Indonesia Jadi Pasar Aplikasi Smartphone Terbesar ke-5 di Dunia*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/14/indonesia-jadi-pasar-aplikasi-smartphone-terbesar-ke-5-di-dunia>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). *A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality*, 1-21.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, Priskila, R., & Putra, P. A. (2019). *Pengembangan Aplikasi Kuesioner Survey Berbasis Web Menggunakan Skala Likert dan Guttman*, 128-137.
- Rantung, F. (2021). *Imbas Pandemi, Nilai Transaksi Mobile Banking RI di 2021 Tembus Rp2.774,5 Triliun*. Retrieved from <https://www.idxchannel.com/banking/imbaspandemi-nilai-transaksi-mobile-banking-ri-di-2021-tembus-rp27745-triliun>
- Saragih, M. E., & Hasbi, I. (2021). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Linkaja*, 250-255.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. John Wiley & Sons Ltd (Seventh ed, Issued July).

- V. Kumar, R. P. (2013). *Marketing Research*.
- Viandhy, A. O., & Ratnasari, R. T. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat ulang Dengan Menggunakan Produk Yang Lain melalui Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Boulevard Di Surabaya*, 546-564.
- Zahara, Z., Rombe, E., Ngatimun, N., & Suharsono, J. (2021). *The effect of e-service quality, consumer trust and social media marketing on intention to use online transportation service*, 1-8.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Service Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm (Seventh Edition)*. New York: McGraw-Hill Education.