

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Bank digital Seabank dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1) Tidak memiliki pengaruh yang signifikan (Tidak berpengaruh) terhadap minat menggunakan(Y) Seabank di Kota Mojokerto.
2. Persepsi Kegunaan (X2) Memiliki pengaruh yang signifikan (Berpengaruh) terhadap minat menggunakan(Y) Seabank di Kota Mojokerto
3. Persepsi Kepercayaan (X3) Memiliki pengaruh yang signifikan (Berpengaruh) terhadap minat menggunakan(Y) Seabank di Kota Mojokerto
4. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1), Persepsi Kegunaan (X2), dan Kepercayaan (X3) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Menggunakan (Y) layanan digital bank SeaBank.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan dalam penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. perusahaan perlu meningkatkan kemudahan penggunaan dengan menyederhanakan antarmuka aplikasi, menambahkan panduan interaktif, dan memastikan aplikasi berjalan lancar. Selain itu, persepsi kegunaan dapat ditingkatkan dengan menghadirkan fitur inovatif, promo menarik, serta memperluas kerja sama dengan platform pembayaran dan e-commerce. Untuk membangun kepercayaan pengguna, SeaBank harus memperkuat keamanan transaksi, meningkatkan transparansi kebijakan, dan memberikan layanan pelanggan yang responsif. Strategi pemasaran juga dapat diperkuat dengan menggunakan testimoni pengguna, kampanye edukasi digital, serta promosi yang lebih efektif.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk lebih variatif dalam mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel lain seperti risiko, fitur yang dapat memengaruhi Minat Menggunakan Bank Digital, sehingga penelitian akan lebih baik dan dapat memberikan wawasan baru yang bermanfaat.