

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Bedasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis PLS untuk menguji kualitas layanan, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap kepuasan pengguna BCA *mobile* di Surabaya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi manfaat berkontribusi pada kepuasan pengguna aplikasi BCA *mobile* di Surabaya, sehingga semakin pengguna merasakan banyak manfaat saat bertransaksi menggunakan BCA *mobile*, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna saat menggunakan aplikasi.
2. Kualitas layanan berkontribusi pada kepuasan pengguna aplikasi BCA *mobile* di Surabaya, sehingga semakin baik dan tinggi kualitas layanan yang diberikan pada pengguna, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna saat menggunakan aplikasi.
3. Persepsi Kemudahan penggunaan berkontribusi pada kepuasan pengguna aplikasi BCA *mobile* di Surabaya, sehingga semakin pengguna merasa mudah menggunakan dan mengoperasikan aplikasi untuk bertransaksi, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna saat menggunakan aplikasi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian dan kesimpulan, maka terdapat beberapa saran sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan, antara lain:

1. Diharapkan pelayanan BCA *mobile* dapat memberikan perhatian dan kepedulian yang lebih personal saat menangani kebutuhan dan keinginan para penggunanya, dengan begitu pengguna akan merasa dipahami dan dimengerti, sehingga akan meningkatkan rasa puas mereka saat menggunakan aplikasi.
2. Diharapkan BCA *mobile* meningkatkan navigasi aplikasi yang lebih mudah dioperasikan, responsif dan lancar tanpa hambatan saat menggunakan aplikasi untuk bertransaksi, sehingga pengguna dapat merasakan kemudahan saat menggunakan aplikasi.
3. Diharapkan BCA *mobile* dapat meningkatkan dan menambah fitur-fitur terbaru yang lebih mempercepat dan meningkatkan produktivitas pengguna dalam bertransaksi, sehingga pengguna akan merasakan manfaat yang besar dari aplikasi.
4. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya untuk menambah jumlah sampel dan menambah variabel lain yang diduga dapat berpengaruh pada kepuasan pengguna seperti keamanan, kepercayaan dan citra merek.