BAB V
PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dari hasil analisis data, evaluasi model, serta pengujian hipotesis yang telah dilakukan terhadap pengguna BSI Mobile, penelitian ini memperoleh beberapa kesimpulan yang berkaitan dengan pengaruh *System Quality*, *Information Quality*, *Service Quality*, *Task Characteristic*, dan *Structural Assurance* terhadap *Trust*, serta pengaruh *Trust* terhadap *User Satisfaction*. Dari seluruh hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini, lima hipotesis memperoleh dukungan, sedangkan satu hipotesis lainnya tidak didukung. Berdasarkan hasil tersebut, kesimpulan penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

1. ***Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *User Satisfaction* pengguna BSI Mobile.** Hubungan tersebut memiliki nilai koefisien sebesar 0,935, *T-statistic* sebesar 141,706, dan *P-value* sebesar 0,000. Hasil ini memperlihatkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap BSI Mobile, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna dalam menggunakan layanan tersebut. *Trust* juga menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling kuat dalam keseluruhan model penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa keyakinan pengguna terhadap kemampuan, keandalan, dan layanan BSI Mobile menjadi aspek yang sangat penting dalam membentuk kepuasan pengguna. Dengan demikian, kepuasan pengguna BSI Mobile sangat berkaitan dengan tingkat kepercayaan yang dimiliki pengguna terhadap layanan yang digunakan.
2. ***System Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust* pengguna BSI Mobile.** Hubungan tersebut memiliki nilai koefisien sebesar 0,136, *T-statistic* sebesar 2,571, dan *P-value* sebesar 0,010. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas sistem yang dirasakan pengguna, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan terhadap BSI Mobile. Kualitas sistem yang berkaitan dengan kemudahan penggunaan, kemampuan sistem dalam menjalankan fungsi perbankan, kestabilan, serta pengalaman penggunaan menjadi salah satu aspek yang mendukung terbentuknya *Trust*. Meskipun besarnya pengaruh *System Quality* relatif lebih rendah dibandingkan *Service Quality* dan *Information Quality*, kualitas sistem tetap

terbukti memiliki peran yang signifikan dalam pembentukan kepercayaan pengguna.

3. ***Information Quality*** **berpengaruh positif dan signifikan terhadap** ***Trust*** **pengguna BSI Mobile.** Hubungan tersebut memiliki nilai koefisien sebesar 0,349, *T-statistic* sebesar 5,743, dan *P-value* sebesar 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas informasi yang diberikan melalui aplikasi memiliki peran yang penting dalam meningkatkan kepercayaan pengguna. Informasi yang akurat, lengkap, relevan, mudah dipahami, serta sesuai dengan kebutuhan pengguna dapat meningkatkan keyakinan dalam melakukan aktivitas perbankan melalui BSI Mobile. Dibandingkan beberapa konstruk lainnya, *Information Quality* memiliki pengaruh yang relatif besar terhadap *Trust* sehingga kualitas informasi menjadi salah satu aspek penting dalam pembentukan kepercayaan pengguna.
4. ***Service Quality*** **berpengaruh positif dan signifikan terhadap** ***Trust*** **pengguna BSI Mobile.** Hubungan tersebut memiliki nilai koefisien sebesar 0,407, *T-statistic* sebesar 7,066, dan *P-value* sebesar 0,000. *Service Quality* merupakan variabel yang memiliki pengaruh terbesar terhadap *Trust* dibandingkan *System Quality*, *Information Quality*, *Task Characteristic*, dan *Structural Assurance*. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diterima pengguna menjadi aspek yang sangat penting dalam membangun kepercayaan terhadap BSI Mobile. Semakin baik kemampuan layanan dalam memenuhi kebutuhan pengguna dan memberikan pengalaman pelayanan yang sesuai dengan harapan, semakin tinggi pula *Trust* yang terbentuk. Dengan demikian, *Service Quality* menjadi faktor utama yang perlu diperhatikan dalam pembentukan kepercayaan pengguna BSI Mobile berdasarkan model penelitian ini.
5. ***Task Characteristic*** **berpengaruh positif dan signifikan terhadap** ***Trust*** **pengguna BSI Mobile.** Hubungan tersebut memiliki nilai koefisien sebesar 0,133, *T-statistic* sebesar 2,475, dan *P-value* sebesar 0,013. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kesesuaian antara kemampuan aplikasi dan kebutuhan aktivitas perbankan pengguna dapat meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap BSI Mobile. Pengguna akan lebih percaya terhadap layanan ketika fitur dan fungsi yang tersedia mampu membantu penyelesaian berbagai aktivitas perbankan yang dibutuhkan secara efektif dan efisien. Meskipun

besarnya pengaruh *Task Characteristic* relatif lebih rendah dibandingkan *Service Quality* dan *Information Quality*, konstruk tersebut tetap terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust*.

6. ***Structural Assurance* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Trust* pengguna BSI Mobile.** Hubungan tersebut memperoleh nilai koefisien sebesar -0,058, *T-statistic* sebesar 1,003, dan *P-value* sebesar 0,316. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Structural Assurance* belum menjadi faktor yang secara statistik mampu memengaruhi *Trust* pengguna BSI Mobile dalam penelitian ini. Jaminan struktural seperti keamanan, regulasi, dan perlindungan sistem belum terbukti menjadi faktor utama dalam membentuk kepercayaan pengguna. Kondisi tersebut dapat menunjukkan bahwa pengguna telah memandang aspek keamanan dan perlindungan sebagai bagian yang seharusnya melekat pada layanan perbankan digital, sehingga keberadaannya tidak menjadi faktor pembeda utama dalam pembentukan *Trust*. Meskipun demikian, hasil yang tidak signifikan tidak menunjukkan bahwa aspek keamanan dan perlindungan tidak penting, tetapi hanya menunjukkan bahwa pengaruhnya terhadap *Trust* tidak terbukti signifikan berdasarkan data penelitian ini.

Selain hasil pengujian hipotesis, hasil evaluasi model struktural menunjukkan bahwa konstruk *Trust* memperoleh nilai *R-Square* sebesar 0,875. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sebesar 87,5% variasi *Trust* dapat dijelaskan secara bersama-sama oleh *System Quality*, *Information Quality*, *Service Quality*, *Task Characteristic*, dan *Structural Assurance*. Sementara itu, sebesar 12,5% variasi *Trust* merupakan bagian yang tidak dijelaskan oleh konstruk yang digunakan dalam model penelitian. Nilai tersebut memberikan gambaran ternyata model memiliki kemampuan yang kuat dalam menjelaskan pembentukan *Trust* pengguna BSI Mobile.

Konstruk *User Satisfaction* juga memperoleh nilai *R-Square* sebesar 0,875, yang menunjukkan bahwa sebesar 87,5% variasi *User Satisfaction* dapat dijelaskan oleh *Trust* berdasarkan struktur model penelitian. Sementara itu, sebesar 12,5% variasi *User Satisfaction* merupakan bagian yang tidak dijelaskan oleh *Trust* dalam model. Hasil tersebut semakin memperlihatkan pentingnya posisi *Trust* dalam menjelaskan tingkat kepuasan pengguna BSI Mobile.

Hasil evaluasi *predictive relevance* juga memaparkan bahwa *Trust* memperoleh nilai *Q-Square* sebesar 0,872, sedangkan *User Satisfaction* memperoleh nilai sebesar

0,923. Kedua nilai tersebut berada di atas 0 sehingga mencerminkan bahwa model memiliki *predictive relevance* terhadap kedua konstruk endogen. Dengan demikian, model penelitian tidak hanya memiliki kemampuan penjelasan yang kuat berdasarkan *R-Square*, tetapi juga memiliki relevansi prediktif yang baik terhadap *Trust* dan *User Satisfaction*.

Berdasarkan keseluruhan temuan yang diperoleh, dapat diketahui bahwa *Trust* merupakan konstruk utama yang menghubungkan berbagai aspek penggunaan BSI Mobile dengan *User Satisfaction*. *Trust* dipengaruhi secara signifikan oleh *System Quality*, *Information Quality*, *Service Quality*, dan *Task Characteristic*, sedangkan *Structural Assurance* tidak terbukti berpengaruh signifikan. Di antara seluruh faktor pembentuk *Trust*, *Service Quality* memiliki pengaruh terbesar, kemudian diikuti *Information Quality*, *System Quality*, dan *Task Characteristic*.

Temuan penelitian juga memperlihatkan bahwa aspek-aspek yang secara langsung dirasakan pengguna selama menggunakan BSI Mobile memiliki peran yang lebih besar dalam membentuk kepercayaan. Kualitas layanan dan kualitas informasi menjadi dua faktor dengan pengaruh terbesar terhadap *Trust*, sementara kualitas sistem dan kesesuaian layanan dengan kebutuhan aktivitas pengguna tetap memberikan pengaruh positif dan signifikan. Sebaliknya, *Structural Assurance* belum mempunyai bukti menjadi faktor yang secara langsung menentukan tingkat kepercayaan pengguna dalam konteks penelitian ini.

Pada akhirnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan *User Satisfaction* pengguna BSI Mobile sangat berkaitan dengan kemampuan layanan dalam membangun dan mempertahankan *Trust*. Kepercayaan yang terbentuk melalui kualitas layanan, kualitas informasi, kualitas sistem, serta kesesuaian layanan dengan kebutuhan pengguna memberikan kontribusi terhadap kepuasan pengguna. Dengan demikian, *Trust* memiliki posisi yang sangat penting dalam model penelitian dan menjadi aspek utama dalam menjelaskan tingkat *User Satisfaction* pengguna BSI Mobile.

5.2.Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh *System Quality*, *Information Quality*, *Service Quality*, *Task Characteristic*, dan *Structural Assurance* terhadap *Trust* serta pengaruh *Trust* terhadap *User Satisfaction* pada pengguna BSI Mobile, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan. Saran penelitian disusun dengan mempertimbangkan hasil pengujian hipotesis, besarnya pengaruh masing-masing

variabel, serta ruang lingkup dan keterbatasan dari penelitian. Saran tersebut diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis bagi Bank Syariah Indonesia dalam pengembangan layanan *mobile banking* serta secara akademis bagi penelitian selanjutnya yang membahas *Trust* dan *User Satisfaction* pada layanan perbankan digital.

5.2.1. Saran Praktis Untuk BSI

Berdasarkan hasil penelitian, Bank Syariah Indonesia perlu memberikan perhatian terhadap faktor-faktor yang terbukti berpengaruh terhadap *Trust* karena *Trust* selanjutnya memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap *User Satisfaction*. Hasil penelitian juga mengungkap bahwa *Service Quality*, *Information Quality*, *System Quality*, dan *Task Characteristic* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust*. Di antara keempat variabel tersebut, *Service Quality* memiliki pengaruh terbesar terhadap *Trust*, kemudian diikuti oleh *Information Quality*, *System Quality*, dan *Task Characteristic*. Berdasarkan hasil tersebut, beberapa saran praktis yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. **Peningkatan mutu pelayanan BSI Mobile perlu diprioritaskan oleh Bank Syariah Indonesia.** *Service Quality* terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust* dengan koefisien 0,407. Nilai tersebut merupakan yang terbesar di antara seluruh prediktor *Trust* dalam penelitian. Atas dasar temuan ini, BSI dapat memusatkan perbaikan layanan pada ketanggapan dalam menangani permintaan dan kendala pengguna, kecepatan pemberian respons, serta kesesuaian dukungan dengan kebutuhan nasabah. Pelayanan yang responsif dan dapat diandalkan secara konsisten diharapkan mampu memperkuat keyakinan pengguna terhadap BSI Mobile.
2. **Bank Syariah Indonesia perlu mempertahankan dan meningkatkan *Information Quality* yang disajikan melalui BSI Mobile.** *Information Quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust* dengan nilai koefisien sebesar 0,349 dan menjadi variabel dengan pengaruh terbesar kedua terhadap *Trust*. Informasi yang ditampilkan melalui aplikasi perlu dijaga agar tetap akurat, lengkap, relevan, mudah dipahami, serta sesuai dengan kebutuhan pengguna. Hal tersebut mencakup informasi transaksi, saldo rekening, mutasi rekening, informasi mengenai fitur dan layanan, notifikasi, maupun informasi produk perbankan yang tersedia. Kejelasan informasi menjadi penting karena pengguna menggunakan informasi yang

tersedia pada aplikasi sebagai dasar dalam melakukan maupun memastikan aktivitas transaksi. Informasi yang konsisten dan mudah dipahami dapat membantu mengurangi ketidakpastian pengguna serta meningkatkan keyakinan terhadap layanan.

3. **Bank Syariah Indonesia perlu terus menjaga dan meningkatkan *System Quality* BSI Mobile.** Hasil penelitian menunjukkan bahwa *System Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust*. Meskipun besarnya pengaruh *System Quality* lebih rendah dibandingkan *Service Quality* dan *Information Quality*, kualitas sistem tetap menjadi bagian penting dari pengalaman pengguna. Perhatian dapat diberikan pada kemudahan penggunaan aplikasi, kestabilan sistem, kecepatan akses, kemampuan sistem dalam menjalankan fungsi yang tersedia, serta upaya meminimalkan gangguan yang dapat menghambat aktivitas pengguna. Pengguna berinteraksi secara langsung dengan sistem setiap kali menggunakan BSI Mobile sehingga konsistensi kualitas sistem dapat membantu mempertahankan keyakinan pengguna terhadap kemampuan aplikasi dalam mendukung aktivitas perbankan.
4. **Bank Syariah Indonesia perlu mempertahankan kesesuaian fitur dan layanan dengan kebutuhan aktivitas perbankan pengguna.** *Task Characteristic* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust*. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemampuan aplikasi dalam mendukung kebutuhan aktivitas pengguna tetap memiliki peran dalam membangun kepercayaan. Pengembangan BSI Mobile dapat mempertimbangkan kebutuhan transaksi yang dilakukan pengguna melalui perangkat seluler, seperti transfer dana, pembayaran, pembelian produk digital, pengecekan informasi rekening, maupun aktivitas perbankan lainnya. Pengembangan fitur sebaiknya tidak hanya berorientasi pada penambahan jumlah fitur, tetapi juga mempertimbangkan sejauh mana fitur tersebut relevan, mudah digunakan, serta mampu membantu pengguna menyelesaikan aktivitas perbankan secara efektif dan efisien.
5. **Aspek *Structural Assurance* tetap perlu dipertahankan meskipun tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Trust* dalam penelitian ini.** Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Structural Assurance* memperoleh nilai koefisien sebesar -0,058 dengan *P-value* sebesar 0,316 sehingga

pengaruhnya terhadap *Trust* tidak signifikan. Hasil tersebut tidak dapat diartikan bahwa aspek keamanan, perlindungan data, regulasi, dan perlindungan transaksi tidak penting. Dalam layanan perbankan digital, aspek tersebut tetap merupakan kebutuhan dasar yang harus dipertahankan. Tidak signifikannya pengaruh *Structural Assurance* dapat menunjukkan bahwa pengguna telah menganggap jaminan keamanan dan perlindungan sebagai bagian yang seharusnya tersedia pada suatu layanan *mobile banking*. Oleh karena itu, BSI tetap perlu mempertahankan mekanisme keamanan dan perlindungan pengguna meskipun faktor tersebut belum menjadi pembeda utama dalam pembentukan *Trust* pada penelitian ini.

6. **Bank Syariah Indonesia perlu menempatkan peningkatan dan pemeliharaan *Trust* sebagai salah satu aspek penting dalam meningkatkan *User Satisfaction*.** Temuan penelitian memperlihatkan bahwa *Trust* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *User Satisfaction*, dengan koefisien sebesar 0,935. Besarnya koefisien tersebut menempatkan pengaruh *Trust* terhadap *User Satisfaction* sebagai yang paling kuat dibandingkan hubungan lainnya dalam model penelitian. Nilai tersebut merupakan pengaruh terbesar dalam keseluruhan model penelitian. Selain itu, *effect size Trust* terhadap *User Satisfaction* sebesar 6,979 menunjukkan kontribusi yang sangat besar. Berdasarkan hasil tersebut, peningkatan kepuasan pengguna tidak hanya berkaitan dengan pengembangan fitur aplikasi, tetapi juga dengan bagaimana keseluruhan pengalaman penggunaan mampu mempertahankan keyakinan pengguna terhadap layanan.

Secara keseluruhan, saran praktis berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya meningkatkan *User Satisfaction* dapat diarahkan melalui pembentukan dan pemeliharaan *Trust* pengguna. Dalam membentuk *Trust* tersebut, *Service Quality* dapat menjadi perhatian utama karena memiliki pengaruh terbesar, kemudian diikuti *Information Quality*, *System Quality*, dan *Task Characteristic*. Meskipun *Structural Assurance* tidak terbukti punya pengaruh signifikan, komponen tersebut tetap perlu dipertahankan sebagai bagian dasar dalam penyelenggaraan layanan perbankan digital.

5.2.2. Saran Akademis

Selain memberikan implikasi praktis, penelitian ini memiliki ruang lingkup dan keterbatasan yang dapat menjadi pertimbangan dalam pengembangan penelitian selanjutnya. Keterbatasan penelitian tidak menghilangkan hasil yang telah diperoleh,

tetapi menunjukkan adanya ruang untuk memperluas model, objek, sampel, maupun pendekatan penelitian sehingga pemahaman mengenai *Trust* dan *User Satisfaction* pada layanan *mobile banking* dapat dikembangkan lebih lanjut. Berdasarkan hal tersebut, beberapa saran akademis yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. **Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan model dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi *Trust* maupun *User Satisfaction*.** Model penelitian ini berfokus pada variabel yang dipakai pada penelitian. Berdasarkan hasil *R-Square*, sebesar 87,5% variasi *Trust* dapat dijelaskan oleh variabel yang digunakan dalam model, sedangkan masih terdapat sebesar 12,5% yang tidak dijelaskan oleh model penelitian. Demikian pula pada *User Satisfaction*, sebesar 87,5% variasinya dapat dijelaskan oleh *Trust*, sedangkan sebesar 12,5% lainnya berada di luar kemampuan penjelasan model. Oleh karena itu, penelitian berikutnya dapat mempertimbangkan variabel lain yang relevan, seperti *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *User Experience*, *Loyalty*, maupun *Net Benefits*, sehingga faktor-faktor lain yang berkaitan dengan *Trust* dan *User Satisfaction* dapat dianalisis secara lebih luas.
2. **Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan wilayah responden.** Populasi penelitian ini mengacu pada pengguna BSI Mobile di Indonesia, sedangkan sampel penelitian difokuskan pada pengguna BSI Mobile yang berdomisili di Kota Surabaya. Dengan demikian, hasil penelitian menggambarkan kondisi berdasarkan responden yang menjadi bagian dari ruang lingkup penelitian tersebut. Penelitian selanjutnya dapat melibatkan pengguna dari wilayah lain atau menggunakan cakupan beberapa kota maupun provinsi sehingga karakteristik pengguna yang dianalisis menjadi lebih beragam. Perluasan wilayah penelitian juga dapat memberikan kesempatan untuk mengetahui apakah pola hubungan antarvariabel yang ditemukan dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang serupa pada kelompok pengguna dengan karakteristik wilayah yang berbeda.
3. **Penelitian selanjutnya dapat melakukan perbandingan pada layanan *mobile banking* yang berbeda.** Penelitian ini secara khusus menggunakan BSI Mobile sebagai objek penelitian sehingga hasil yang diperoleh berada dalam konteks penggunaan layanan tersebut. Penelitian selanjutnya dapat menerapkan atau mengembangkan model pada layanan *mobile banking* dari

bank lain sehingga dapat diketahui apakah *Service Quality*, *Information Quality*, *System Quality*, *Task Characteristic*, *Structural Assurance*, dan *Trust* menunjukkan pola hubungan yang sama pada konteks layanan yang berbeda. Penelitian komparatif juga dapat memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai faktor pembentuk kepercayaan dan kepuasan pengguna pada industri *mobile banking*.

4. **Penelitian selanjutnya dapat memberikan perhatian lebih lanjut terhadap hubungan *Structural Assurance* dan *Trust*.** Dalam penelitian ini, *Structural Assurance* menjadi satu-satunya variabel yang tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Trust*. Hasil tersebut berbeda dengan beberapa penelitian terdahulu yang menemukan adanya pengaruh *Structural Assurance* terhadap *Trust*. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat menguji kembali hubungan tersebut pada karakteristik responden, wilayah, atau layanan *mobile banking* yang berbeda. Pengujian kembali dapat membantu memberikan pemahaman mengenai kondisi yang menyebabkan jaminan struktural menjadi faktor yang signifikan atau tidak signifikan dalam pembentukan kepercayaan pengguna.
5. **Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan karakteristik responden secara lebih beragam dalam melakukan analisis.** Penelitian ini telah menggambarkan responden berdasarkan usia, jenis kelamin, dan pekerjaan, tetapi pengujian model berfokus pada hubungan antarvariabel utama yang telah dirumuskan. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan apakah karakteristik pengguna tertentu memberikan pola hubungan yang berbeda. Sebagai contoh, pengguna dengan kelompok usia, pekerjaan, tingkat pengalaman menggunakan *mobile banking*, atau intensitas penggunaan yang berbeda dapat memiliki pertimbangan yang berbeda dalam membentuk *Trust* dan *User Satisfaction*. Pengembangan tersebut dapat memberikan pemahaman yang lebih terperinci mengenai karakteristik pengguna layanan *mobile banking*.
6. **Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan pengembangan pendekatan pengumpulan data untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengalaman pengguna.** Penelitian ini memanfaatkan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner sehingga hasil penelitian berfokus pada hubungan antarvariabel berdasarkan

jawaban responden yang dianalisis secara statistik. Penelitian selanjutnya dapat mempertahankan pendekatan kuantitatif dengan cakupan yang lebih luas atau melengkapinya dengan pendekatan lain yang sesuai apabila diperlukan. Pendekatan tambahan seperti wawancara dapat digunakan untuk menggali alasan yang lebih mendalam mengenai bagaimana pengguna membentuk *Trust*, faktor yang memengaruhi *User Satisfaction*, maupun alasan *Structural Assurance* tidak menjadi faktor yang signifikan pada kelompok pengguna tertentu. Dengan demikian, hasil statistik dapat dilengkapi dengan penjelasan yang lebih mendalam mengenai pengalaman pengguna.

7. **Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian sesuai dengan perkembangan layanan *mobile banking*.** Layanan perbankan digital terus mengalami pengembangan fitur, sistem, serta bentuk pelayanan kepada pengguna. Oleh karena itu, persepsi pengguna terhadap kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, keamanan, kepercayaan, maupun kepuasan dapat mengalami perubahan seiring dengan perkembangan layanan. Penelitian selanjutnya dapat melakukan pengujian kembali terhadap model pada periode yang berbeda untuk mengetahui apakah pola hubungan antarvariabel tetap konsisten atau mengalami perubahan setelah adanya perkembangan pada layanan *mobile banking*.

Secara keseluruhan, penelitian ini masih memiliki ruang untuk dikembangkan terutama dari sisi cakupan wilayah responden, pengembangan variabel, objek penelitian, karakteristik pengguna, dan pendekatan pengumpulan data. Pengembangan tersebut diharapkan mampu memperluas pemahaman mengenai setiap faktor yang membentuk *Trust* serta pengaruhnya terhadap *User Satisfaction* dalam penggunaan *mobile banking*.

Meskipun terdapat beberapa keterbatasan tersebut, hasil penelitian ini telah memberikan gambaran mengenai hubungan antarvariabel dalam konteks pengguna BSI Mobile yang menjadi responden penelitian. Temuan mengenai kuatnya pengaruh *Trust* terhadap *User Satisfaction*, dominannya *Service Quality* dan *Information Quality* dalam pembentukan *Trust*, serta tidak signifikannya *Structural Assurance* dapat menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya untuk memperluas pengembangan model serta melakukan pengujian kembali pada konteks yang berbeda dan lebih luas.