

BAB V SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis menggunakan alat bantu program SPSS 25 for Windows mengenai pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived enjoyment* terhadap *intention to continue* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel intervening, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pengguna aplikasi Wondr by BNI. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin baik *Perceived Ease of Use* maka akan semakin tinggi tingkat *Customer Satisfaction* pada pengguna aplikasi Wondr by BNI.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pengguna aplikasi Wondr by BNI. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin baik *Perceived Enjoyment* maka akan semakin tinggi tingkat *Customer Satisfaction* pada pengguna aplikasi Wondr by BNI.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Continue* pada pengguna aplikasi Wondr by BNI berarti bahwa kemudahan penggunaan aplikasi tidak secara langsung memengaruhi niat untuk terus menggunakan aplikasi tersebut. Artinya meskipun pengguna merasa bahwa aplikasi tersebut

mudah digunakan, hal ini tidak menjamin mereka akan memiliki niat untuk melanjutkan penggunaan.

4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Continue* pada pengguna aplikasi Wondr by BNI. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin baik *Perceived Enjoyment* maka akan semakin tinggi *Intention to Continue* pada pengguna aplikasi Wondr by BNI.
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Continue* pada pengguna aplikasi Wondr by BNI. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin baik *Customer Satisfaction* maka akan semakin tinggi *Intention to Continue* pada pengguna aplikasi Wondr by BNI.
6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Continue* melalui *Customer Satisfaction* pada pengguna aplikasi Wondr by BNI. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin baik *Perceived Ease of Use* akan memunculkan *Customer Satisfaction* yang positif sehingga meningkatkan *Intention to Continue* pada pengguna aplikasi Wondr by BNI.
7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Continue* melalui *Customer Satisfaction* pada pengguna aplikasi Wondr by BNI. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin baik *Perceived Enjoyment* akan memunculkan *Customer*

Satisfaction yang positif sehingga meningkatkan *Intention to Continue* pada pengguna aplikasi Wondr by BNI.

5.2. Keterbatasan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang sudah dilakukan di atas, adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada masyarakat di Kabupaten Kebumen, sehingga kemungkinan hasilnya akan berbeda jika diterapkan pada objek atau wilayah yang berbeda.
2. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 110 responden, tetapi terdapat data yang rusak sehingga pengambilan sampel hanya 100 responden

5.3. Implikasi

5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti memberikan saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pengguna aplikasi Wondr by BNI. Ketika pengguna merasa bahwa aplikasi mudah dalam pengoperasian, mereka akan merasa lebih puas dalam menggunakan layanan tersebut. Pengguna tidak perlu menghabiskan banyak waktu untuk memahami fitur-fitur yang ada, sehingga mereka melakukan aktivitas keuangan dengan cepat dan

efisien. Pihak Wondr by BNI disarankan untuk terus melakukan evaluasi dan menyediakan panduan atau tutorial yang jelas bagi pengguna baru. Selain itu, mendengarkan umpan balik dari pengguna dan melakukan perbaikan berdasarkan masukan tersebut akan sangat membantu dalam menjaga relevansi dan kepuasan pengguna, sehingga aplikasi dapat terus berkembang dan memenuhi harapan pelanggan.

2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived enjoyment* memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pengguna aplikasi Wondr by BNI. Ketika pengguna merasakan kenyamanan saat menggunakan aplikasi, baik melalui fitur interaktif, desain yang menarik, atau pengalaman yang menyenangkan secara keseluruhan, mereka lebih cenderung merasa puas. Kenyamanan ini tidak hanya meningkatkan pengalaman pengguna, tetapi juga menciptakan keterikatan emosional yang lebih kuat untuk mempertahankan pengguna. Pihak Wondr by BNI disarankan untuk terus mengembangkan elemen-elemen dalam aplikasi yang dapat meningkatkan kenyamanan pengguna dengan menjaga konsistensi desain visual dan menyediakan mode tampilan yang dapat disesuaikan (mode gelap atau mode terang). Selain itu, penting juga untuk selalu mendengarkan umpan balik dari pengguna.

3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived ease of use* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *intention to continue* pada pengguna aplikasi Wondr by BNI. Implikasi dari penelitian ini adalah sebagai aplikasi baru yang masih dalam tahap pengembangan, pengguna mungkin belum sepenuhnya familiar dengan fitur yang ditawarkan. Maka pengguna akan merasa berbeda dari ekspektasi mereka dan mengakibatkan kurangnya niat untuk melanjutkan menggunakan aplikasi Wondr by BNI. Pihak Wondr by BNI disarankan untuk mengevaluasi dan memahami lebih dalam kebutuhan serta preferensi pengguna. Dengan pendekatan yang lebih holistik, aplikasi dapat meningkatkan niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi Wondr by BNI, meskipun *perceived ease of use* tidak berpengaruh secara signifikan.
4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived enjoyment* memiliki pengaruh signifikan terhadap *intention to continue* pada pengguna aplikasi Wondr by BNI. Ketika pengguna merasakan kenyamanan saat menggunakan aplikasi, mereka cenderung merasa lebih terikat dan termotivasi untuk kembali menggunakan aplikasi tersebut. Kenyamanan yang diperoleh dari fitur-fitur interaktif, desain yang menarik, dan konten yang relevan dapat menciptakan pengalaman yang positif, sehingga meningkatkan kemungkinan pengguna untuk melanjutkan penggunaan dalam jangka panjang. Untuk mengoptimalkan pengaruh ini, pihak Wondr by BNI

disarankan untuk terus berinovasi dalam menghadirkan elemen-elemen yang menyenangkan, seperti melalui tampilan yang bersih dan terorganisir, animasi yang tidak berlebihan namun tetap informatif, serta responsivitas sistem yang baik. Selain itu, pihak wondr juga selalu untuk mendengarkan dan merespons umpan balik pengguna.

5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *customer satisfaction* memiliki pengaruh signifikan terhadap *intention to continue* pada pengguna aplikasi Wondr by BNI. Ketika pengguna merasa aplikasi mampu memenuhi harapan dan kebutuhan pengguna seperti transaksi yang lancar, informasi saldo yang akurat, kemudahan pembayaran, dan fitur keuangan lainnya, mereka lebih cenderung untuk melanjutkan penggunaan aplikasi di masa depan. Pihak Wondr by BNI disarankan untuk secara aktif mengumpulkan dan menganalisis umpan balik dari pengguna, sehingga mereka dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan mengembangkan fitur-fitur yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna. Dengan fokus pada peningkatan pengalaman pengguna secara keseluruhan, aplikasi dapat memperkuat niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi Wondr by BNI.
6. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh signifikan terhadap *intention to continue* melalui *customer satisfaction* sebagai variabel intervening pada

pengguna aplikasi Wondr by BNI. Ketika pengguna merasa bahwa aplikasi ini mudah dalam pengoperasian, hal tersebut akan meningkatkan pada tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang timbul akibat kemudahan penggunaan ini selanjutnya mempengaruhi niat mereka untuk melanjutkan penggunaan aplikasi. Dalam konteks ini, pihak Wondr by BNI disarankan untuk menyediakan panduan yang jelas dan mendukung pengguna dalam memahami fitur-fitur aplikasi. Wondr dapat mengembangkan fitur bantuan seperti chatbot untuk memberikan panduan atau menyediakan video tutorial untuk menjelaskan fungsi-fungsi utama pada aplikasi. Dengan meningkatkan *perceived ease of use*, aplikasi tidak hanya akan meningkatkan *customer satisfaction*, tetapi juga memperkuat *intention to continue* pada aplikasi Wondr by BNI dalam jangka panjang.

7. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived enjoyment* memiliki pengaruh signifikan terhadap *intention to continue* melalui *customer satisfaction* sebagai variabel intervening pada pengguna aplikasi Wondr by BNI. Ketika pengguna merasakan kenyamanan dalam menggunakan aplikasi melalui fitur yang menarik, konten yang relevan, dan pengalaman interaktif mereka cenderung merasa lebih puas dengan keseluruhan pengalaman tersebut. Kenyamanan ini akan memperkuat niat mereka untuk terus menggunakan aplikasi. Oleh karena itu, pihak Wondr by BNI

disarankan untuk terus memprioritaskan kenyamanan pengguna dalam pengembangan antarmuka dan pengalaman aplikasi secara keseluruhan. Selain itu, penting untuk secara rutin mengumpulkan umpan balik pengguna untuk memahami aspek-aspek mana yang paling memberikan nilai tambah. Dengan fokus pada peningkatan pengalaman yang menyenangkan dan kepuasan pengguna, aplikasi dapat lebih efektif dalam membangun loyalitas pengguna dan meningkatkan niat mereka untuk terus menggunakan Wondr dalam jangka panjang.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis merupakan rujukan bagi penelitian selanjutnya dimana implikasi dari teori memberi gambaran rujukan-rujukan yang dipengaruhi dalam penelitian ini, baik rujukan penelitian masalah, model, hasil-hasil, dan penelitian terdahulu. Implikasi teoritis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*. Temuan ini didukung dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa penerimaan pengguna terhadap teknologi. Menurut TAM, jika pengguna merasa bahwa aplikasi tersebut mudah digunakan, maka mereka akan lebih cenderung untuk merasa puas. Dalam konteks aplikasi Wondr by BNI, jika pengguna merasakan kemudahan dalam penggunaan aplikasi, hal

ini dapat meningkatkan kepuasan mereka terhadap aplikasi tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ashsifa (2020) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer satisfaction*.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *perceived enjoyment* memiliki pengaruh terhadap *customer satisfaction*. Temuan ini didukung dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa dua faktor utama yang memengaruhi penerimaan teknologi yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Namun, dalam perkembangan teori TAM, faktor *perceived enjoyment* juga dianggap penting karena dapat mempengaruhi sikap dan perilaku pengguna terhadap teknologi termasuk *customer satisfaction*. Dalam konteks aplikasi Wondr by BNI, *perceived enjoyment* berperan penting karena Ketika pengguna merasa menikmati pengalaman menggunakan aplikasi, mereka cenderung puas dengan layanan yang diberikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktarini dan Wardana (2018) yang menyatakan bahwa *perceived enjoyment* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer satisfaction*.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *perceived ease of use* tidak berpengaruh terhadap *intention to continue*. Ketika

kemudahan penggunaan tidak diimbangi dengan nilai tambah, pengguna mungkin tidak merasa terikat untuk melanjutkan penggunaan. Kemudahan penggunaan suatu aplikasi merupakan aspek penting yang memiliki dampak pada penggunaan secara berkelanjutan. Temuan ini didukung oleh teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang didasarkan pada penggambaran proses niat untuk menerima atau menolak inovasi teknologi. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kumar et al (2024) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *intention to continue*, namun hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oroh (2015) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap *intention to continue*.

4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *perceived enjoyment* berpengaruh terhadap *intention to continue*. Temuan ini didukung dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa persepsi terhadap kesenangan dalam menggunakan suatu teknologi (*perceived enjoyment*) dapat meningkatkan sikap positif terhadap penggunaan teknologi tersebut, yang pada akhirnya memengaruhi niat untuk terus menggunakannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktarini dan Wardana (2018) bahwa *perceived enjoyment* berpengaruh terhadap *intention to continue*.

5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *intention to continue*. Temuan ini didukung oleh teori *Expectation Confirmation Model* (ECM) yang menjelaskan bahwa kepuasan pengguna terbentuk ketika harapan awal mereka terhadap suatu produk atau layanan dikonfirmasi oleh pengalaman nyata mereka setelah menggunakannya. Dalam konteks aplikasi Wondr by BNI, jika pengguna merasa bahwa fitur-fitur dan manfaat yang ditawarkan sesuai dengan ekspektasi mereka, maka tingkat kepuasan akan meningkat dan mendorong keberlanjutan penggunaan aplikasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sahri et al (2021) bahwa *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *intention to continue*.
6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *intention to continue* melalui *customer satisfaction* sebagai variabel intervening. Temuan ini didukung oleh teori *Expectation Confirmation Model* (ECM) yang menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan dapat memengaruhi kepuasan pengguna ketika aplikasi mudah dipahami dan dioperasikan, sehingga sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi awal pengguna. Dalam ECM, dijelaskan bahwa setelah pengguna mencoba suatu sistem atau aplikasi, mereka akan mengevaluasi apakah pengalaman penggunaan sesuai dengan harapan mereka. Jika pengguna merasa aplikasi mudah digunakan, hal ini akan

meningkatkan persepsi positif terhadap kegunaan aplikasi tersebut dan memperkuat kepuasan pengguna. Kepuasan inilah yang kemudian menjadi pendorong utama dalam membentuk niat untuk melanjutkan penggunaan aplikasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktarini dan Wardana (2021) bahwa *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *intention to continue* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi.

7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *perceived enjoyment* berpengaruh terhadap *intention to continue* melalui *customer satisfaction* sebagai variabel intervening. Temuan ini didukung oleh teori *Expectation Confirmation Model* (ECM) yang menjelaskan bahwa kepuasan pengguna terbentuk ketika pengalaman dalam menggunakan suatu aplikasi sesuai atau melebihi ekspektasi awal mereka. Dalam konteks ini, rasa senang dan kesenangan yang dirasakan saat menggunakan aplikasi menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi evaluasi positif terhadap pengalaman tersebut. Jika penggunaan aplikasi memberikan kesenangan, maka hal tersebut akan meningkatkan kepuasan pengguna, yang selanjutnya mendorong niat mereka untuk terus menggunakan aplikasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktarini dan Wardana (2021) bahwa *perceived enjoyment* berpengaruh terhadap *intention*

to continue dengan *customer satisfaction* sebagai variabel intervening.

