

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan hasil analisis yang telah diperoleh, terhadap penelitian dengan judul "Pengaruh Variabel Kegunaan, Kemudahan, dan *Word Of Mouth* Pada minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Pada PT Bank Syariah Indonesia, Tbk di Kota Jambi" dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Kegunaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan pada minat Nasabah menggunakan *Mobile Banking* pada PT Bank Syariah Indonesia, Tbk di Kota Jambi.
2. Variabel Kemudahan (X2) berpengaruh positif dan signifikan pada minat Nasabah menggunakan *Mobile Banking* pada PT Bank Syariah Indonesia, Tbk di Kota Jambi.
3. Variabel *Word Of Mouth* (X3) berpengaruh positif dan signifikan pada minat Nasabah menggunakan *Mobile Banking* pada PT Bank Syariah Indonesia, Tbk di Kota Jambi.
4. Variabel Kegunaan, Kemudahan, dan *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan pada minat Nasabah menggunakan *Mobile Banking* pada PT Bank Syariah Indonesia, Tbk di Kota Jambi.

6.2 Saran

Adapun saran dari penulis yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi perusahaan maupun peneliti selanjutnya yaitu sebagai berikut :

6.2.1 Bagi Perusahaan

1. Mengembangkan strategi pemasaran yang fokus pada keunggulan kemudahan penggunaan aplikasi *mobile banking*. Perusahaan dapat mengkomunikasikan keuntungan-keuntungan yang didapat oleh nasabah, seperti kemudahan akses dan efisiensi waktu, untuk

meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat tentang pemakaian layanan *mobile banking*.

2. Menyediakan pelatihan dan pendampingan kepada nasabah yang belum terbiasa dengan teknologi perbankan. Dengan cara ini, perusahaan dapat membantu mengurangi hambatan yang mungkin dialami oleh beberapa nasabah dalam mempergunakan aplikasi *mobile banking*.
3. Mengintegrasikan fitur-fitur inovatif yang dapat meningkatkan kemudahan penggunaan, seperti teknologi pengenalan wajah atau sidik jari untuk otentikasi pengguna, serta penggunaan teknologi kecerdasan buatan untuk memberikan rekomendasi transaksi kepada nasabah berdasarkan kebiasaan mereka.
4. Melakukan survei dan penelitian secara berkala untuk memantau tingkat kepuasan dan minat nasabah terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*. Dengan memperoleh umpan balik dari nasabah secara terus-menerus, perusahaan dapat terus melakukan perbaikan dan inovasi pada layanan mereka sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.

6.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian yang akan datang diharapkan dapat memasukkan faktor-faktor lain yang tidak di jelaskan pada penelitian ini yang berkaitan dengan pengaruh minat nasabah terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*. misalnya persepsi resiko, inovasi teknologi, faktor psikologis, maupun faktor-faktor lain yang berkaitan dengan minat nasabah. Dengan mempertimbangkan dan menyelidiki faktor-faktor ini secara lebih rinci, penelitian selanjutnya dapat memberikan pemahaman yang lebih signifikan terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking* dan menginformasikan strategi yang lebih efektif dalam mendorong dan meningkatkan minat nasabah terhadap adopsi teknologi ini.