

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, uji outer model, inner model, serta pengujian hipotesis menggunakan SEM-PLS, maka kesimpulan penelitian mengenai pengaruh *Content Marketing* Dan *Perceived Ease Of Use* Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Byond By BSI Pada Bank Syariah Indonesia (studi kasus pada bank BSI KCP Kuningan)

1. *Content marketing* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Byond, Hal ini menegaskan bahwa semakin baik konten yang disajikan oleh BSI, semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna. Namun, pada indikator dengan nilai rata – rata tertinggi pada pernyataan ke sembilan konten membangun citra positif bank dan indikator dengan nilai rata – rata terendah itu pada pernyataan pertama konten mudah dipahami.
2. *Perceived ease of use* terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi byond. Artinya, kemudahan penggunaan aplikasi menjadi faktor utama yang menentukan rasa puas pengguna. Tetapi, pada indikator dengan nilai rata – rata tertinggi pada pernyataan ketiga belas aplikasi dapat digunakan kapanpun dan indikator dengan nilai rata – rata terendah itu pada pernyataan kedelapan belas aplikasi meningkatkan efisiensi.
3. Kedua variabel *content marketing* dan *perceived ease of use* terhadap kepuasan pengguna aplikasi byond, memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Byond. Hal ini tergambar dari tingkat kepuasan pengguna dijelaskan oleh *content marketing* dan *perceived ease of use*. Di sisi lain, pada indikator dengan nilai rata – rata tertinggi pada pernyataan keempat proses layanan cepat dan aman, dan indikator dengan nilai rata – rata terendah itu pada pernyataan ketujuh fitur aplikasi bermanfaat.

## B. Saran

Berlandaskan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, penulis masih memiliki beberapa saran yang bisa menjadi masukan dan bahan pertimbangan untuk peneliti berikutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator dengan nilai terendah pada variabel *Content Marketing* terdapat pada pernyataan “Konten mudah dipahami”. Hal ini dapat diperbaiki dengan beberapa hal, salah satunya yaitu dengan meningkatkan kualitas penyajian informasi melalui penggunaan bahasa yang lebih sederhana, struktur konten yang lebih sistematis, serta visualisasi yang informatif seperti infografis atau video pendek. Bank BSI juga perlu memperbanyak konten edukatif yang berfokus pada penjelasan fitur aplikasi, simulasi transaksi, serta pedoman penggunaan layanan, sehingga pengguna dapat memahami informasi dengan lebih cepat dan tepat. Konsistensi penyampaian konten serta pemanfaatan kanal digital yang relevan juga perlu diperkuat untuk meningkatkan efektivitas pesan dan pengalaman pengguna.
2. Variabel *Perceived Ease of Use* menunjukkan indikator terendah pada pernyataan “Aplikasi meningkatkan efisiensi”. Hal ini dapat diperbaiki dengan beberapa hal, salah satunya untuk melakukan optimalisasi fitur aplikasi agar proses transaksi menjadi lebih ringkas, cepat, dan minim hambatan teknis. Perbaikan dapat dilakukan melalui peningkatan kecepatan sistem, penyederhanaan alur penggunaan, serta pengurangan langkah-langkah yang tidak diperlukan. Selain itu, pengembangan fitur tambahan seperti panduan interaktif, fitur bantuan otomatis, dan menu navigasi yang lebih intuitif dapat membantu pengguna baru maupun lama dalam menggunakan aplikasi secara efisien. Dengan meningkatkan aspek efisiensi, pengalaman pengguna akan menjadi lebih produktif dan nyaman.
3. Pada variabel Kepuasan Pengguna, indikator terendah adalah pernyataan “Fitur aplikasi bermanfaat”. Hal ini dapat diperbaiki dengan beberapa upaya, salah satunya Bank BSI perlu melakukan evaluasi menyeluruh terhadap fitur-fitur yang tersedia untuk memastikan kesesuaian dengan kebutuhan pengguna. Pengembangan fitur baru yang lebih relevan, personal, dan adaptif terhadap kebutuhan perbankan digital sangat diperlukan. Misalnya, fitur pengingat transaksi, dashboard aktivitas keuangan, personalisasi tampilan, serta penyediaan informasi yang lebih komprehensif mengenai layanan bank. Dengan menghadirkan fitur yang

lebih bermanfaat dan responsif, tingkat kepuasan pengguna dapat ditingkatkan secara signifikan.

4. Penelitian mendatang diharapkan dapat menambahkan variabel eksternal lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pengguna aplikasi digital, seperti kualitas layanan (*service quality*), kepercayaan (*trust*), pengalaman pengguna (*user experience*), atau faktor keamanan aplikasi. Peneliti selanjutnya juga dapat memperluas metode penelitian dengan pendekatan campuran (*mixed methods*) atau memperbesar jumlah sampel dan area penelitian, sehingga hasil penelitian dapat lebih general dan mampu menggambarkan kondisi pengguna aplikasi secara lebih komprehensif.
5. Pengguna aplikasi Byond disarankan untuk memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia guna mendukung kemudahan transaksi sehari-hari. Pengguna juga perlu memahami informasi terkait layanan melalui konten edukatif resmi agar tidak terjadi kesalahpahaman saat menggunakan aplikasi. Selain itu, pengguna dianjurkan untuk aktif menyampaikan masukan melalui kanal resmi BSI agar pengembangan aplikasi ke depan dapat lebih tepat sasaran dan sesuai kebutuhan pengguna.



# UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER  
SYEKH NURJATI CIREBON