Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil Analisa penelitian yang menggunakan LISREL dan SPSS untuk melihat hubungan antara *data security, value added, user design interface, customer trust, fintech promotion* dan *intention to adopt fintech,* dapat disimpulkan bahwa keenam variabel menunjukkan bahwa kriteria indikator valid dan reliabel, tetapi tidak untuk hipotesis. Dari hasil penelitian peneliti, ditemukan ada satu hipotesis yang tidak terbukti.

Berikut adalah hasil penemuan dari penelitian ini:

1. Hipotesis pertama, *Data security* berpengaruh terhadap *customer's trust.* Pada hasil perhitungan model struktural hipotesis, didapatkan hasil bahwa *t-value* sebesar 0,62. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai *t-tabel* yaitu 1,96. Dapat disimpulkan bahwa *data security* tidak berpengaruh terhadap *customer's trust*.
2. Hipotesis kedua, *Data security* berpengaruh terhadap *intention to adopt fintech* Sakuku. Pada hasil perhitungan model struktural hipotesis, didapatkan hasil bahwa *t-value* sebesar 1,17. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai *t-tabel* yaitu 1,96. Dapat disimpulkan bahwa *data security* tidak berpengaruh terhadap *intention to adopt fintech* Sakuku.

3. Hipotesis ketiga, *Data security* berpengaruh terhadap *fintech promotion.* Pada hasil perhitungan model struktural hipotesis, didapatkan hasil bahwa *t-value* sebesar 2,37. Nilai tersebut lebih besar dari nilai *t-tabel* yaitu 1,96. Dapat disimpulkan bahwa *data security* berpengaruh positif terhadap *fintech promotion*.
4. Hipotesis keempat, *Value added* berpengaruh terhadap *customer's trust.* Pada hasil perhitungan model struktural hipotesis, didapatkan hasil bahwa *t-value* sebesar 2,18. Nilai tersebut lebih besar dari nilai *t-tabel* yaitu 1,96. Dapat disimpulkan bahwa *value added* berpengaruh terhadap *customer's trust*.
5. Hipotesis kelima, *Value added* berpengaruh terhadap *intention to adopt fintech* Sakuku. Pada hasil perhitungan model struktural hipotesis, didapatkan hasil bahwa *t-value* sebesar -0,24. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai *t-tabel* yaitu 1,96. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis *value added* tidak berpengaruh terhadap *intention to adopt fintech* Sakuku.
6. Hipotesis keenam, *Value added* berpengaruh positif terhadap *fintech's promotion.* Pada hasil perhitungan model struktural hipotesis, didapatkan hasil bahwa *t-value* sebesar 0,92. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai *t-tabel* yaitu 1,96. Dapat disimpulkan bahwa *value added* tidak berpengaruh positif terhadap *fintech's promotion*.
7. Hipotesis ketujuh, *User design interface* berpengaruh positif terhadap *customer's trust.* Pada hasil perhitungan model struktural hipotesis, didapatkan hasil bahwa *t-value* sebesar 0,91. Nilai tersebut lebih kecil

dari nilai *t-tabel* yaitu 1,96. Dapat disimpulkan bahwa *user design interface* tidak berpengaruh terhadap *customer's trust.*

8. Hipotesis kedelapan, *User design interface* berpengaruh terhadap *intention to adopt fintech* Sakuku. Pada hasil perhitungan model struktural hipotesis, didapatkan hasil bahwa *t-value* sebesar 1,21. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai *t-tabel* yaitu 1,96. Dapat disimpulkan bahwa *user design interface* tidak berpengaruh terhadap *intention to adopt fintech* Sakuku.
9. Hipotesis kesembilan, *User design interface* berpengaruh terhadap *fintech promotion.* Pada hasil perhitungan model struktural hipotesis, didapatkan hasil bahwa *t-value* sebesar 0,49. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai *t-tabel* yaitu 1,96. Dapat disimpulkan bahwa *user design interface* tidak berpengaruh terhadap *fintech promotion*.
10. Hipotesis kesepuluh, *Customer's trust* berpengaruh terhadap *intention to adopt fintech* Sakuku. Pada hasil perhitungan model struktural hipotesis, didapatkan hasil bahwa *t-value* sebesar 0,11. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai *t-tabel* yaitu 1,96. Dapat disimpulkan bahwa *Customer's trust* tidak berpengaruh terhadap *intention to adopt fintech* Sakuku.
11. Hipotesis kesebelas, *Fintech promotion* berpengaruh terhadap *customer's trust.* Pada hasil perhitungan model struktural hipotesis, didapatkan hasil bahwa *t-value* sebesar 3,03. Nilai tersebut lebih besar dari nilai *t-tabel* yaitu 1,96. Dapat disimpulkan bahwa *fintech promotion* berpengaruh terhadap *customer's trust*.

12. Hipotesis keduabelas, *FinTech's promotion* berpengaruh terhadap *intention to adopt fintech* Sakuku. Pada hasil perhitungan model struktural hipotesis, didapatkan hasil bahwa *t-value* sebesar 2,42. Nilai tersebut lebih besar dari nilai *t-tabel* yaitu 1,96. Dapat disimpulkan bahwa *FinTech's promotion* berpengaruh terhadap *intention to adopt fintech* Sakuku.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang ada, peneliti berharap agar penelitian yang dilaksanakan ini dapat bermanfaat bagi kemajuan Sakuku dan peneliti selanjutnya yang berminat untuk melaksanakan penelitian dengan topik sejenis agar mendapatkan hasil yang lebih detail dan berkualitas.

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, berikut adalah saran peneliti untuk Sakuku:

1. Terkait dengan *data security,* ke depannya Sakuku dapat lebih memberikan bukti nyata kepada para pengguna Sakuku bahwa keamanan data di Sakuku memang benar terjaga dengan lebih menonjolkan sisi PT Bank Central Asia sebagai pengembang Sakuku dan OJK sebagai pengawas.
2. Dari segi *value added*, Sakuku memang sudah memiliki keunggulan di fitur *split bill.* Namun Sakuku masih dapat lebih

mengembangkan *value added*nya dengan melihat bahwa perusahaan kompetitor juga memiliki *value added* yang dapat diadopsi, misalnya dengan melakukan sinkronisasi saldo Sakuku dengan rekening nasabah BCA.

3. Dalam hal *user design interface,* tampilan desain Sakuku memang sudah mudah dipahami, namun Sakuku jarang melakukan *update* terhadap tampilan aplikasinya sehingga pengguna jarang mendapatkan pandangan segar terhadap tampilan desain Sakuku. Sakuku dapat melakukan *update* berkala terhadap desain aplikasinya dengan menambahkan ornamen tematis seperti menambahkan efek salju pada momen natal, dan efek ketupat pada momen lebaran.
4. Secara keseluruhan, dari segi *customer's trust* Sakuku telah mendapatkan kepercayaan konsumennya karena dikelola secara langsung oleh bank swasta terbesar di Indonesia, yaitu PT Bank Central Asia. Namun, kepercayaan konsumen tersebut masih dapat ditingkatkan dengan meningkatkan sumber daya ITnya dalam mengelola aplikasi Sakuku. Sakuku dapat memberikan *training* yang sesuai terhadap karyawan IT di perusahaan untuk mendapatkan ilmu terbaru di bidangnya.
5. Bagi sebagian besar responden, Sakuku cukup berkontribusi dalam memberikan promosi. Namun, tidak semua program promosi yang dilakukan Sakuku tersampaikan dengan baik ke

pengguna-penggunanya. Sakuku dapat meningkatkan efek dari *fintech promotion* dengan lebih sering melakukan pertukaran media untuk melakukan promosi dengan media *official* dari *merchant-merchant* yang bekerja sama dengan Sakuku.

5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki berbagai keterbatasan, sehingga masih memerlukan penyempurnaan untuk penelitian selanjutnya. Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti mengajukan saran bagi peneliti selanjutnya sebagai berikut:

1. Penelitian ini dibatasi oleh enam variabel yaitu *data security, value added, user design interface, customer's trust, fintech promotion* dan *intention to adopt fintech.* Peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya variabel penelitian dapat ditambahkan lagi dengan variabel baru yang terkait dengan *financial technology* yaitu regulasi pemerintah, mengingat bahwa regulasi yang diterapkan di perusahaan perbankan konvensional berbeda dengan regulasi yang diterapkan di perusahaan yang murni bergerak di bidang *financial technology.*
2. Penelitian ini dilakukan dengan meneliti satu brand *financial technology* saja yaitu Sakuku. Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat melakukan penelitian dengan

membandingkan paling tidak dengan satu perusahaan *financial technology* kompetitor.

3. Dalam penelitian selanjutnya, peneliti dapat menerapkan penelitian ini kepada industri *financial technology* yang tidak hanya menerapkan sistem pembayaran, tapi juga peminjaman (*personal loan*) seperti Bareska dan CekAja.