

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dengan mengacu kepada riset yang telah dilakukan, dimana penulis melakukan analisis pengaruh variabel Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Trust, Perceived Risk dan Subjective Norms terhadap Behavior Intention aplikasi digital banking Jenius. Dalam proses mengolah data, penulis menggunakan software IBM SPSS 26. Seluruh variabel juga telah melalui uji valid dan reliabel untuk dilanjutkan uji lainnya. Berikut ringkasan hasil yang diperoleh:

1. *Perceived Usefulness* tidak memiliki pengaruh terhadap *Behavior Intention*. Pernyataan tersebut didasarkan melalui hasil uji T yang telah dilakukan dengan memperoleh nilai T hitung sebesar $-0.659 < T$ tabel sebesar 1.645, serta didukung oleh nilai signifikansi sebesar $0.511 \geq 0.05$. Dengan demikian, hal ini menunjukkan walaupun pengguna merasakan manfaat yang diberikan oleh sebuah *digital banking*, namun tidak dapat dipastikan pengguna tersebut terus memiliki niat untuk menggunakan.
2. *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh terhadap *Behavior Intention*. Pernyataan tersebut didasarkan melalui hasil uji T yang telah dilakukan dengan memperoleh nilai T hitung sebesar $2.335 > T$ tabel sebesar 1.645, serta didukung oleh nilai signifikansi sebesar $0.021 \leq 0.05$. Dengan demikian, hal ini menunjukkan semakin pengguna merasa mudah menggunakan sebuah *digital banking* dalam mendukung aktivitas mereka maka semakin besar pula minat pengguna untuk terus menggunakan kembali.
3. *Perceived Trust* memiliki pengaruh terhadap *Behavior Intention*. Pernyataan tersebut didasarkan melalui hasil uji T yang telah dilakukan dengan memperoleh nilai T hitung sebesar $8.448 > T$ tabel sebesar 1.645, serta didukung oleh nilai signifikansi sebesar $0.000 \leq 0.05$. Dengan demikian, hal ini menunjukkan semakin pengguna merasa percaya dan merasa aplikasi

digital banking tersebut komitmen terhadap kualitasnya maka semakin meningkat pula minat pengguna untuk menggunakan kembali.

4. *Perceived Risk* tidak memiliki pengaruh terhadap *Behavior Intention*. Pernyataan tersebut didasarkan melalui hasil uji T yang telah dilakukan dengan memperoleh nilai T hitung sebesar $1.598 > T$ tabel sebesar -1.645 , serta didukung oleh nilai signifikansi sebesar $0.113 \geq 0.05$. Dengan demikian, hal ini menunjukkan gen Z yang merupakan generasi yang melek teknologi sehingga sudah *aware* terhadap risiko dari penggunaan teknologi sendiri. Oleh karena itu, risiko bagi mereka tidak memberikan pengaruh terhadap niat menggunakan sebuah layanan *digital banking*.
5. *Subjective Norms* tidak memiliki pengaruh terhadap *Behavior Intention*. Pernyataan tersebut didasarkan melalui hasil uji T yang telah dilakukan dengan memperoleh nilai T hitung sebesar $-0.082 < T$ tabel sebesar 1.645 , serta didukung oleh nilai signifikansi sebesar $0.935 \geq 0.05$. Dengan demikian, hal ini menunjukkan referensi orang terdekat tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat responden untuk menggunakan *digital banking*.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Dari hasil yang diperoleh melalui penelitian yang telah dilakukan, penulis mendapati beberapa saran yang bisa dikonsiderasi oleh perusahaan untuk membangun niat pengguna untuk menggunakan aplikasi Jenius.

1. Saran yang penting untuk dipertimbangkan yaitu pembaharuan sistem teknologi yang digunakan dari Jenius untuk lebih ditingkatkan. Hal ini guna meningkatkan performa aplikasi sehingga pengguna tidak merasa sistem Jenius error berkelanjutan, loading time screen pada aplikasi juga perlu ditingkatkan sehingga perpindahan fitur satu dengan yang lain terkesan lebih *smooth*.
2. Penyederhanaan proses dan *user interface*. UI dari Jenius perlu ditingkatkan jadi lebih jelas dan ringkas seperti yang sudah dibahas sebelumnya. Setiap fitur perlu diberikan penjelasan singkat terkait fungsi dari fitur tersebut

sehingga calon customer/pengguna baru tidak merasa fitur Jenius membingungkan.

3. Untuk meningkatkan kepercayaan (*trust*) pengguna yang berkelanjutan, Jenius juga perlu memperbaiki cara kerja dari *customer service* dalam menanggapi keluhan pengguna. Salah satu cara yang dapat diberlakukan oleh Jenius yaitu dengan mengadaptasi fitur live video call. Melalui live video call ini diharapkan permasalahan pengguna dapat diatasi secara langsung. Sehingga pengguna tidak merasa Jenius menelantarkan nasabahnya dengan memberikan jawaban template tanpa memberikan solusi.

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Selain memberikan saran kepada perusahaan, penulis juga memberikan beberapa saran kepada penelitian selanjutnya.

1. Peneliti selanjutnya diharapkan mampu menerapkan model penelitian ini dalam bidang *digital banking (internet banking)* dengan merek lain dengan memanfaatkan temuan penelitian ini sebagai pendukung bagi penelitian selanjutnya.
2. Dalam penelitian ini, penulis hanya menggunakan variabel *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Trust, Perceived Risk, Subjective Norms* dan *Behavior Intention*. Peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan variabel *Attitude*, hal ini didasari penelitian yang dilakukan oleh (Bashir & Madhavaiah, 2015) yang memaparkan bahwa *Attitude* memberikan pengaruh yang besar dalam *Behavior Intention* seseorang. Selain itu *Perceived image* juga merupakan variabel independen yang paling berpengaruh dalam menjelaskan *Behavior Intention* (Dasgupta et al., 2011). Penelitian (Mangini et al., 2021) juga menyatakan *Performance Expectancy* juga memiliki kekuatan yang cukup besar dalam mempengaruhi *Behavior Intention* dalam mengadopsi *digital banking*. Sehingga dapat disimpulkan terdapat 3 variabel tambahan yang perlu diperhatikan untuk

menambah value dari penelitian adalah *Attitude*, *Perceived Image* dan *Performance Expectancy*.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA