

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk menggali informasi yang dapat digunakan guna memahami faktor-faktor apa saja yang memiliki potensi untuk memengaruhi keinginan penggunaan Blu by BCA pada generasi Z. Penulis melakukan analisis menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic versi 25 dengan tujuan mengeksplorasi dampak dari persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, risiko yang dirasakan, kepercayaan, kenyamanan, dan faktor demografis terhadap niat menggunakan aplikasi Blu by BCA. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, penulis dapat menyimpulkan beberapa hal, seperti yang dijelaskan di bawah ini:

1. Variabel *perceived usefulness* berpengaruh secara positif terhadap variabel *intention to use*, dengan nilai t hitung sebesar 8,974 yang mana lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1,654, serta memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 yang dimana nilai tersebut kurang dari 0,05. Oleh karena hal itu, maka H_1 diterima dan disimpulkan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to use*. Hal ini menunjukkan jika semakin bermanfaat sebuah layanan dirasakan maka secara langsung dapat berpengaruh pada peningkatan niat penggunaan untuk menggunakan layanan tersebut.
2. Variabel *ease of use* tidak berpengaruh terhadap variabel *intention to use*, dengan nilai t hitung sebesar 2,768 yang mana lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1,654, namun memiliki nilai signifikansi sebesar 0,006 yang dimana nilai tersebut lebih dari 0,05. Oleh karena hal itu, maka H_2 ditolak dan disimpulkan bahwa *perceived ease of use* tidak memiliki pengaruh terhadap *intention to use*. Hal ini menunjukkan bahwa pada generasi Z persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan sebuah layanan, yang

mungkin terjadi karena generasi Z merupakan generasi yang sangat ahli dalam memanfaatkan teknologi sehingga merasa belum mementingkan persepsi kemudahan dalam sebuah layanan.

3. Variabel *perceived risk* memiliki pengaruh negatif terhadap variabel *intention to use*, dengan nilai t hitung sebesar 0,55 yang mana lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1,654, serta memiliki nilai signifikansi sebesar 0,956 yang dimana nilai tersebut lebih dari 0,05. Oleh karena hal itu, maka H_3 diterima dan disimpulkan bahwa *perceived risk* memiliki pengaruh negatif terhadap *intention to use*. Tingginya risiko terhadap keamanan informasi atau transaksi saat menggunakan layanan bank akan membuat nasabah memiliki sikap yang buruk terhadap layanan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa semakin rendah tingkat risiko yang dirasakan akan semakin mendorong seseorang untuk menggunakan layanan tersebut.
4. Variabel *trust* berpengaruh secara positif terhadap variabel *intention to use*, dengan nilai t hitung sebesar 3,563 yang mana lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1,654, serta memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 yang dimana nilai tersebut kurang dari 0,05. Oleh karena hal itu, maka H_4 diterima dan disimpulkan bahwa *trust* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to use*. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan faktor penting yang harus dimiliki oleh bank digital agar layanan yang mereka tawarkan digunakan.
5. Variabel *convenience* mempunyai pengaruh secara positif akan variabel *intention to use*, dengan nilai t hitung sebesar 4,089 yang mana lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1,654, serta memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 yang dimana nilai tersebut kurang dari 0,05. Oleh karena hal itu, maka H_5 diterima dan disimpulkan bahwa *convenience* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to use*. Hal ini menunjukkan bahwa rasa nyaman yang didapatkan dalam menggunakan sebuah layanan dapat meningkatkan keinginan menggunakan sebuah layanan.

6. Variabel *demographic factor* tidak memiliki pengaruh terhadap variabel *intention to use*. *Gender* memiliki nilai F hitung *Levene Test* sejumlah 0,470 dengan nilai signifikansi 0,341 yang dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Kemudian *monthly income* memiliki nilai signifikansi 0,802 yang dimana nilai tersebut lebih tinggi dari 0,05. Hal tersebut membuktikan bahwa variabel *demographic factor* yang meliputi *gender* dan *monthly income* tidak memiliki pengaruh terhadap *intention to use*. Oleh karena hal itu, maka H6a dan H6b ditolak dan disimpulkan bahwa *demographic factor* tidak ditemukan adanya pengaruh terhadap *intention to use*. Hal ini menunjukkan bahwa pada jenis kelamin dan kategori pendapatan yang berbeda memiliki perilaku niat menggunakan bank digital yang serupa.

5.2 Saran

Dari hasil dan analisis data penelitian yang sudah dibuat oleh penulis, maka terdapat saran dan rekomendasi yang dapat penulis berikan untuk perusahaan dan peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian pada topik dan isu yang serupa untuk memungkinkan penelitian yang lebih mendalam, maka beberapa saran dari penulis sebagai berikut:

5.2.1 Saran untuk Perusahaan

Peneliti menyarankan Blu by BCA untuk berfokus pada kegunaan, resiko, kepercayaan dan kenyamanan aplikasi Blu by BCA. Berdasarkan hasil penelitian dapat terbukti bahwa ditemukan adanya pengaruh antara *perceived usefulness*, *perceived risk*, *trust*, dan *convenience* terhadap *intention to use*. Blu by BCA harus lebih menonjolkan fitur-fitur yang mereka tawarkan pada aplikasinya agar pengguna dapat mengetahui manfaat yang dimiliki oleh Blu. Blu harus memastikan bahwa fitur yang ditawarkan sudah memiliki sistem yang baik sehingga tidak terjadi kesalahan atau *error*. Blu by BCA juga harus meyakinkan pada calon pengguna bahwa mereka memiliki sistem keamanan yang terjamin. Selain

itu, Blu by BCA harus dapat menanggapi masalah atau keluhan yang dihadapi oleh pengguna dengan cepat dan efektif. Dengan melakukan hal tersebut maka dapat memunculkan rasa kegunaan, kepercayaan, dan kenyamanan kepada calon pengguna mereka sehingga calon pengguna tertarik untuk menggunakan layanan yang ditawarkan oleh Blu by BCA.

5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian yang dibuat oleh peneliti mengandung enam variable, diantaranya adalah *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived risk*, *trust*, *convenience*, dan *demographic factor*. Peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya merubah atau mengembangkan variabel-variabel pengujian lain seperti *perceived satisfaction*, *benefit*, dan variabel lainnya agar model penelitian menjadi lebih baik. Peneliti juga menyarankan agar peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan responden yang lebih beragam dalam hal usia dan tingkat pendapatan. Penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi niat menggunakan Blu by BCA ini dilakukan terhadap generasi Z di daerah Jabodetabek. Peneliti menyarankan peneliti selanjutnya untuk melakukan pengujian ini di lingkungan yang berbeda dengan responden yang lebih beragam.

