

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi yang berguna dalam memahami faktor-faktor yang berpotensi memengaruhi minat generasi Z terhadap penggunaan Blu. Analisis data dilakukan menggunakan metode PLS-SEM dan SmartPLS versi 4.0. Hasil analisis menunjukkan bahwa data yang digunakan valid dan reliabel. Berikut hasil penelitian yang telah peneliti lakukan:

1. H1 : *perceived ease of use* mempunyai pengaruh positif terhadap *perceived usefulness* bank digital.

Dari penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived usefulness*. Peneliti menyimpulkan bahwa adanya respon yang baik bagi nasabah saat mempelajari sebuah teknologi, dimana setiap individu memahami dan dapat belajar dengan cepat penggunaan digital bank yang mengarah kepada manfaat yang positif.

2. H2 : *perceived ease of use* mempunyai pengaruh negatif terhadap *attitude toward the service* bank digital.

Dari penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, hipotesis ini memiliki pengaruh negative antara *perceived ease of use* terhadap *attitude toward the service*. Dimana memiliki hasil P value yang melebihi dari batas ketentuan yaitu kurang dari 0.05. Sehingga tidak ada pengaruh antara *perceived ease of use* dengan *attitude toward the service*.

3. H3 : *perceived usefulness* mempunyai pengaruh positif terhadap *attitude toward the service* bank digital.

Dari penelitian ini, *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *attitude toward the service*. Sehingga terdapat manfaat yang di

dapat oleh nasabah dan memiliki pengaruh yang baik pada sikap nasabah tersebut.

4. H4 : *trust* mempunyai pengaruh positif terhadap *attitude toward the service* bank digital.

Pada penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, hipotesis ini menunjukkan hasil yang positif antara *trust* kepada *attitude toward the service*. *Trust* menjadi hal yang baik dalam menjaga relasi dengan nasabah, hal ini bertujuan untuk memberikan sikap timbal balik yang dirasakan oleh nasabah mau pun perusahaan. Sangat penting bagi perusahaan untuk menjaga kepercayaan konsumen.

5. H5 : *perceived usefulness* mempunyai pengaruh positif terhadap *intention to use* bank digital.

Pada penelitian ini, hipotesis menunjukkan hasil positif antara *perceived usefulness* dan *intention to use*. Dengan manfaat yang dimiliki dari sebuah produk atau jasa, maka akan mengundang rasa ketertarikan kepada konsumen untuk menggunakan produk atau jasa. Sehingga menciptakan hubungan timbal baik antara nasabah dengan bank digital.

6. H6 : *attitude toward the service* mempunyai pengaruh negatif terhadap *intention to use* bank digital.

Pada penelitian ini, peneliti mendapati hasil negatif dimana *attitude toward the service* berpengaruh kepada *intention to use*. nasabah yang memiliki sikap negatif terhadap layanan yang dimiliki oleh bank digital tersebut kemungkinan tidak akan menggunakan layanan bank digital tersebut.

7. H7 : *feature* mempunyai pengaruh negatif terhadap *intention to use* bank digital.

Pada penelitian ini, hipotesis didapati memiliki pengaruh negative antara *feature* terhadap *intention to use*. Berarti tidak ada pengaruh antara kedua variabel tersebut.

8. H8 : *firm reputation* mempunyai pengaruh positif terhadap *intention to use* bank digital.

Dari penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, hipotesis ini memiliki pengaruh positif antara *firm reputation* terhadap *intention to use*. Dimana dengan adanya latar belakang yang baik pada Blu khususnya menjadikan dorongan untuk masyarakat dalam tertarik menggunakan aplikasi Blu by BCA.

9. H9 : *convenience* mempunyai pengaruh negatif terhadap *intention to use* bank digital.

Dari penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, hipotesis ini memiliki pengaruh negative antara *convenience* terhadap *intention to use*. Dimana memiliki hasil P value yang melebihi dari batas ketentuan yaitu kurang dari 0.05. Sehingga tidak ada pengaruh antara *convenience* dengan *intention to use*.

5.2 Saran

Dari penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti dan melakukannya sampai kepada hasil dan analisis data. Tahapan terakhir adalah pemberian saran dan rekomendasi terhadap perusahaan yang peneliti teliti. Tidak hanya itu saja, terdapat saran yang nantinya akan diberikan kepada penelitian selanjutnya. Berikut beberapa saran dan rekomendasi yang dapat peneliti berikan:

5.2.1 Saran untuk Perusahaan (Blu)

Berdasarkan olah data dan analisis data yang sudah peneliti lakukan. Terdapat variabel terkait seperti sikap terhadap layanan dan kegunaan yang dirasakan yang dapat mempengaruhi niat masyarakat dalam menggunakan Blu. Dari dua variabel tersebut dapat membantu Blu dalam berinovasi dengan produk maupaun layanan yang dimilikinya. Blu by BCA perlu menunjukkan secara jelas keunggulan fitur-fitur aplikasinya agar pengguna merasakan manfaat yang ditawarkan. Kemudian memasatkan setiap fitur yang dimiliki berjalan dengan baik. Hal ini dikarenakan akan berpengaruh pada sikap nasabah kepada Blu nantinya. Untuk membantu menjaga relasi dengna nasabah, Blu juga dapat menjaga relasi dari layanan keluhan yang dimiliki oleh konsumen dan akan lebih baik jika setiap keluhan dapat diselesaikan dengan cepat.

Dengan melakukan beberapa saran tersebut akan menimbulkan sikap yang baik dan dapat menarik nasabah baru.

5.2.2 Saran untuk Penelitian selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih terdapat keterbatasan dalam penelitian ini. Sehingga peneliti memiliki saran untuk peneliti selanjutnya sebagai berikut:

1. Penelitian ini sudah melakukan modifikasi pada model penelitian tetapi masih terdapat kekurangan di dalamnya. Untuk penelitian selanjutnya dapat mencoba untuk memodifikasi kembali model penelitian yang sudah ada untuk mencari kemungkinan-kemungkinan lainnya yang dapat di uji pada penelitian selanjutnya.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih dalam mengeksplorasi populasi dan sampel yang ada mau pun populasi dan sampel yang belum di uji.
3. Terdapat kelemahan pada penelitian ini saat prosedur penyebaran berlangsung. Kelemahan tersebut adalah kurangnya wawasan yang peneliti berikan kepada responden. Sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan saat penyebaran kuisisioner dilakukan uji coba pada responden dalam menggunakan aplikasi Blu atau aplikasi yang nantinya digunakan pada penelitian selanjutnya. Tujuannya adalah membantu responden dalam merespon data kuisisioner yang dibutuhkan.
4. Melihat dari hasil R-square, terdapat variabel yang memiliki nilai 0,243 yang artinya rendah dan variabel itu adalah *perceived usefulness*. Sehingga untuk penelitian selanjutnya dapat mencari variabel-variabel lain untuk bisa lebih menjelaskan variabel *perceived usefulness*.