

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian serta analisa mendalam yang telah dilakukan dengan metode PLS-SEM yang telah dijalankan untuk melihat pengaruh dari pengetahuan, kesadaran, kepuasan layanan keamanan siber terhadap kepercayaan dan komitmen pengguna bank digital di Indonesia dengan studi komparatif antara generasi Y dan Z, adapun kesimpulan yang diambil dari penelitian ini, yaitu:

1. Pengetahuan dan kesadaran keamanan siber berpengaruh negatif terhadap kepercayaan dan komitmen konsumen.
2. Kepuasan layanan keamanan siber berpengaruh positif terhadap kepercayaan dan komitmen konsumen.
3. Kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap komitmen konsumen.
4. Perbedaan pengetahuan dan kesadaran keamanan siber terhadap kepercayaan dan komitmen antara generasi Y dan Z tidak terlalu berbeda atau signifikan. Begitu juga dengan kepuasan layanan keamanan siber dan kepercayaan terhadap komitmen antara generasi Y dan Z perbedaannya tidak terlalu signifikan.
5. Perbedaan kepuasan layanan keamanan siber terhadap kepercayaan antara generasi Y dan Z cukup signifikan.

Berdasarkan hasil uji masing-masing hipotesis yang telah diuraikan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan dan kesadaran keamanan siber memiliki pengaruh negatif terhadap kepercayaan dan komitmen konsumen, hal ini dikarenakan konsumen merasa khawatir terhadap ancaman yang tidak sepenuhnya mereka pahami. Sebaliknya, kepuasan konsumen terhadap layanan keamanan siber berpengaruh positif terhadap kepercayaan dan komitmen, hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan yang tinggi dapat memperkuat hubungan jangka panjang dengan konsumen. Kepercayaan konsumen juga berperan penting dalam meningkatkan komitmen terhadap layanan tersebut. Meskipun tidak ada perbedaan

signifikan antara generasi Y dan Z terkait pengetahuan dan kesadaran keamanan siber, serta kepuasan layanan keamanan siber terhadap kepercayaan dan komitmen, terdapat perbedaan yang cukup signifikan dalam hal kepuasan layanan keamanan siber terhadap kepercayaan antara kedua generasi ini. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kedua generasi cenderung merespons faktor-faktor tersebut dengan cara yang serupa, pengalaman dan harapan mereka terhadap layanan keamanan dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan mereka.

## 5.2 Saran

### 5.2.1. Limitasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan target responden adalah generasi Y dan Z khusus pengguna bank digital di Indonesia. Bank digital memiliki ciri khas yang unik yaitu tidak memiliki kantor fisik, sehingga semua layanan dilakukan secara digital. Bagi generasi Y dan Z yang mudah beradaptasi dengan perubahan digital, hal ini cenderung tidak terlalu menjadi masalah. Namun untuk generasi tua, seperti generasi X dan *Boomers*, ketika ada peralihan dari konvensional ke digital, tentu menjadi tantangan tersendiri untuk beradaptasi dengan perubahan tersebut. Penelitian ini masih terbatas pada generasi Y dan Z saja dikarenakan adanya kesulitan mendapatkan data untuk generasi X dan *Boomers*. Selain itu, masih banyak produk digital perbankan lainnya yang bisa juga memiliki perbedaan adopsi antar generasi.

### 5.2.2. Saran Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan uraian limitasi penelitian diatas, maka didapatkan untuk saran penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan ekspansi geografis dengan memperluas penelitian untuk mencakup wilayah lain di Indonesia guna membandingkan hasil antara daerah perkotaan dan pedesaan dalam adopsi keamanan siber bank digital. Hal ini dikarenakan pada penelitian sebelumnya didominasi oleh provinsi di pulau Jawa. Selain itu, bisa juga dilakukan komparasi antara generasi *digital immigrant* (generasi *Boomers & X*) dengan *digital native*

(generasi Y dan Z). Karena peneliti kesulitan mengumpulkan data secara kuantitatif, penelitian selanjutnya dapat mengeksplor secara kualitatif.

2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian terhadap faktor psikografis, seperti penambahan faktor gaya hidup atau persepsi risiko, dalam membentuk kepercayaan dan komitmen antara generasi Y dan Z. Dengan adanya perluasan variabel, diharapkan hasil penelitian dapat menghasilkan penelitian yang lebih detail dan akurat kedepannya.
3. Penelitian selanjutnya juga disarankan dapat menjalankan penelitian dengan model serupa pada objek industri adopsi *FinTech* lainnya yang saat ini sedang berkembang di Indonesia.

#### 5.2.3. Saran Praktikal

Berdasarkan uraian implikasi manajerial pada subbab 4.5, maka didapatkan saran praktikal sebagai berikut:

1. Meningkatkan pengetahuan keamanan siber terhadap kepercayaan konsumen dengan cara merekrut tenaga ahli dan rutin melakukan pelatihan kepada karyawan dan nasabah tentang teknologi keamanan terbaru dan penanganan ancaman siber; kampanye edukasi kepada nasabah mengenai keamanan digital untuk melindungi data pribadi dan pengenalan ancaman siber; dan menyediakan alat perlindungan tambahan, seperti aplikasi pendeteksi aktivitas mencurigakan pada akun nasabah.
2. Meningkatkan kesadaran keamanan siber terhadap kepercayaan konsumen dengan cara investasi pada sistem keamanan dengan sertifikasi dan kolaborasi dengan lembaga keamanan siber; memiliki pusat data terintegrasi yang tetap beroperasi 24/7 tanpa gangguan; dan mengkomunikasikan secara berkala melalui laporan tahunan tentang pencapaian keamanan untuk membangun kepercayaan nasabah.
3. Meningkatkan kepuasan layanan keamanan siber terhadap kepercayaan konsumen dengan cara mengimplementasikan enkripsi *end-to-end* dan autentifikasi dua faktor; menggunakan teknologi *blockchain* untuk

transparansi dalam pengelolaan data; membangun tim respon insiden siber yang responsif dalam menginformasikan langkah-langkah pemulihan yang perlu dilakukan ketika terjadi pelanggaran; dan menggunakan platform media sosial atau *email* untuk memberi pembaruan tentang sistem keamanan.

4. Meningkatkan pengetahuan keamanan siber terhadap komitmen konsumen dengan cara menyediakan pelatihan secara tatap muka maupun daring (bisa dengan penyediaan modul-modul pembelajaran mengenai keamanan digital dan perlindungan data); mengadakan sesi konsultasi rutin bagi nasabah tentang pentingnya keamanan digital dalam transaksi sehari-hari; dan mengkombinasikan pendekatan langsung melalui tenaga kerja yang terlatih untuk pendampingan nasabah saat diperlukan.
5. Meningkatkan kesadaran keamanan siber terhadap komitmen konsumen dengan cara memastikan nasabah sudah mengetahui sistem keamanan yang tersertifikasi dan memenuhi standar keamanan global; menyediakan laporan kinerja keamanan digital; dan melibatkan nasabah dalam survei kepuasan layanan keamanan siber untuk menciptakan rasa memiliki dan kepercayaan yang lebih besar sehingga menimbulkan rasa komitmen pada nasabah.
6. Meningkatkan kepuasan layanan keamanan siber terhadap komitmen konsumen dengan cara mengadakan *workshop* tentang praktik keamanan siber; memberikan penghargaan kepada nasabah melalui program loyalitas atas perilaku menjaga data akun mereka; dan memastikan memberikan pengalaman yang baik untuk pengguna di aplikasi bank sekaligus memberikan edukasi tentang praktik keamanan melalui menu notifikasi atau informasi aplikasi.
7. Meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap komitmen konsumen dengan cara transparansi kebijakan privasi dan cara bank melindungi data nasabah melalui situs web atau *email* resmi bank; mengedukasi secara rutin melalui pesan yang menjelaskan langkah-langkah

pengecahan ancaman siber; dan menciptakan layanan personal yang sesuai dengan kebutuhan generasi, seperti aplikasi yang intuitif untuk generasi muda, dan layanan konvensional bagi generasi tua.



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA