

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan aplikasi bank digital Seabank pada generasi Z di Kabupaten Kebumen, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan pada generasi Z di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z sekarang ini lebih memilih teknologi yang praktis dan tentunya mudah digunakan, dimana tidak memerlukan waktu lama dalam mempelajari teknologi baru.
2. Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan pada generasi Z di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z cenderung akan menggunakan layanan perbankan digital yang nantinya akan memberikan manfaat sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup mereka.
3. Variabel persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan pada generasi Z di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z memiliki pertimbangan lain seperti halnya akan menerima risiko yang tentunya tidak mereka ketahui akan dihadapi diwaktu kapan saja ataupun menggunakan layanan bank konvensional saja.

4. Persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan pada generasi Z di Kabupaten Kebumen. Sehingga terbukti kebenarannya secara simultan dan hipotesis diterima.

Adjusted R^2 (Koefisien Determinasi) sebesar 10,577 variasi dari variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi variabel independent 22,5% sehingga koefisien pengaruh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sebesar 77,5%. Maka dapat disimpulkan bahwa tiga variabel tersebut yaitu persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko dalam penelitian ini memiliki pengaruh cukup besar terhadap minat menggunakan aplikasi bank digital Seabank terutama pada masyarakat generasi Z di Kabupaten Kebumen.

5.2. Keterbatasan

Penelitian ini diusahakan semaksimal mungkin agar bisa memperoleh hasil yang terbaik, namun pada kenyataannya penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan, diantaranya:

1. Penelitian ini dilakukan pada konsumen yang berminat menggunakan Seabank yang belum pernah menggunakan pada generasi Z di Kabupaten Kebumen, apabila ini dilakukan pada objek yang berbeda kemungkinan hasil penelitian ini akan berbeda.
2. Penelitian ini terbatas pada variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko dan minat menggunakan.

3. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebar kuesioner online. Pengambilan data dengan menggunakan kuesioner kadang kala tidak menggambarkan jawaban yang sesungguhnya karena adanya perbedaan karakteristik responden.

5.3. Implikasi

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini, antara lain:

5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas pada bagian sebelumnya, peneliti memberikan beberapa saran sebagai kontribusi bagi organisasi, yakni sebagai berikut:

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan
Berdasarkan hasil penelitian variabel Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Seabank pada Generasi Z di Kabupaten Kebumen. Saran yang diberikan kepada perusahaan untuk terus lebih berkembang dengan menyederhanakan penyediaan fitur yang ada. Seperti proses pendaftaran yang cepat dan peningkatan layanan *customer service* yang lebih responsif maka akan meningkatkan persepsi kemudahan pengguna terhadap Seabank.
2. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan
Berdasarkan hasil penelitian variabel Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Seabank pada Generasi

Z di Kabupaten Kebumen. Saran yang diberikan kepada perusahaan yaitu untuk lebih menekankan kembali keuntungan nyata bagi pengguna seperti suku bunga tabungan yang kompetitif, bebas biaya admin, tidak ada minimal saldo di rekening, dan kemudahan transaksi digital lainnya. Dengan hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya tarik mereka untuk berminat menggunakan Seabank.

3. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan

Berdasarkan hasil penelitian variabel Persepsi Risiko tidak berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Seabank pada Generasi Z di Kabupaten Kebumen. Oleh karena itu saran yang diberikan kepada perusahaan yaitu untuk tidak perlu terlalu menekankan aspek keamanan pada saat promosi. Sebaiknya untuk lebih berfokus pada keunggulan fitur dan manfaat yang diberikan. Walaupun tidak menekankan aspek keamanan pada saat promosi, Seabank sendiri harus tetap berbenah memberikan kenyamanan bagi penggunanya.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Dengan merujuk kepada hasil penelitian yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, peneliti ingin menyampaikan beberapa rekomendasi sebagai sumbangan bagi penelitian selanjutnya yang mencakup:

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan. Generasi Z akan memikirkan sejauh mana mereka dalam menggunakan aplikasi tersebut akan terbebas dari usaha dan apakah jika menggunakan aplikasi tersebut akan mengalami kesulitan saat pengoperasian atau tidak. Persepsi kemudahan yang tinggi akan cenderung mendukung perubahan yang terjadi akan minat menggunakan. Semakin tinggi persepsi kemudahan maka semakin besar pula generasi Z untuk berminat menggunakan Seabank. Sehingga dapat dikatakan bahwa persepsi kemudahan merupakan salah satu faktor utama generasi Z berminat menggunakan Seabank. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (M. Rahmawati & Rosa, 2023) Persepsi kemudahan merupakan salah satu faktor yang memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan dompet digital DANA (Studi Kasus pada generasi Z di kota Palembang).
2. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan. hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan maka semakin besar pula ketertarikan mereka untuk menggunakan Seabank. Generasi Z ini dikenal sebagai sekelompok orang yang melek akan teknologi, dan sudah terbiasa dengan layanan berbasis digital serta mereka lebih menyukai sistem yang praktis dan fleksibel salah satunya dalam

mengelola keuangan. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wafiq Fadillah & Saida Zainurrossalamia ZA, 2023) persepsi manfaat merupakan salah satu faktor yang memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan Aplikasi Canva.

3. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun risiko merupakan hal yang sering dipertimbangkan dalam penggunaan layanan keuangan digital faktor tersebut tidak menjadi penentu utama untuk mempengaruhi minat generasi Z di Kabupaten Kebumen untuk menggunakan Seabank. Dimana dalam hal ini generasi Z cenderung lebih fokus pada kemudahan yang ditawarkan dibandingkan dengan risiko yang mungkin mereka hadapi. Hal tersebut sesuai dengan penelitian (Yaufi Andriyano & Diana Rahmawati, 2016) dimana pada penelitian tersebut menyatakan bahwa persepsi risiko tidak memberikan pengaruh terhadap minat menggunakan Rekening Ponsel (Studi Kasus Pada Nasabah Cimb Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta).