

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan analisis data yang terkumpul dari kuesioner mengenai pengaruh *cyber crime* (X1) dan *perceived risk* (X2) terhadap keputusan menggunakan (Y) melalui *customer trust* (Z) pada pengguna aplikasi *mobile banking* Bank BRI di Kantor Unit Rowokele. Dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Cyber crime* berpengaruh signifikan terhadap variabel *customer trust* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Bank BRI di Kantor Unit Rowokele. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi perhatian atau kesadaran pengguna terhadap *cyber crime*, maka tingkat kepercayaan nasabah terhadap *mobile banking* juga dapat meningkat.
2. *Perceived risk* berpengaruh signifikan terhadap *customer trust* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Bank BRI di Kantor Unit Rowokele. Artinya bahwa semakin tinggi persepsi risiko yang dirasakan nasabah, maka semakin kuat pula pengaruhnya terhadap kepercayaan. Hal ini dapat dijelaskan karena nasabah yang menyadari adanya risiko akan lebih selektif dan berhati-hati, sehingga nasabah hanya akan mempercayai layanan *mobile banking* yang mereka anggap aman dan terpercaya.

3. *Cyber crime* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Bank BRI di Kantor Unit Rowokele. Artinya, meskipun pengguna menyadari adanya ancaman kejahatan siber, hal tersebut tidak cukup kuat untuk memengaruhi keputusan mereka. Hal ini dapat disebabkan oleh kenyamanan dan kemudahan yang ditawarkan *mobile banking*, sehingga sebagian besar pengguna tetap menggunakannya meskipun ada risiko *cyber crime*.
4. *Perceived risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Bank BRI di Kantor Unit Rowokele. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun pengguna memiliki kekhawatiran terhadap risiko (seperti kesalahan sistem, pencurian data, atau kegagalan transaksi), hal ini tidak menjadi penghambat dalam mengambil keputusan untuk tetap menggunakan *mobile banking*.
5. *Customer trust* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Bank BRI di Kantor Unit Rowokele. Hal ini memperkuat teori bahwa kepercayaan merupakan faktor kunci dalam perilaku konsumen digital. Ketika pengguna merasa yakin bahwa layanan tersebut aman, dapat diandalkan, dan dikelola oleh pihak yang kompeten, maka mereka akan lebih cenderung menggunakannya secara aktif.

6. *Cyber crime* melalui *customer trust* berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan menggunakan pada pengguna aplikasi *mobile banking* Bank BRI di Kantor Unit Rowokele. Hal ini berarti bahwa meskipun *cyber crime* tidak secara langsung memengaruhi keputusan penggunaan, namun melalui peningkatan kepercayaan, pengaruh tersebut menjadi signifikan. Ini memperkuat peran *customer trust* sebagai mediator dalam hubungan tersebut.
7. *Perceived risk* melalui *customer trust* berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan menggunakan pada pengguna aplikasi *mobile banking* Bank BRI di Kantor Unit Rowokele. Hal ini berarti bahwa persepsi terhadap risiko akan meningkatkan kehati-hatian pengguna, yang kemudian membentuk kepercayaan lebih besar terhadap layanan *mobile banking* yang dianggap aman. Kepercayaan inilah yang pada akhirnya memengaruhi keputusan pengguna.

5.2. Keterbatasan

Analisis dan pembahasan di atas memiliki beberapa keterbatasan.

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penelitian ini menjelaskan bahwa substruktural I sebanyak 10,9% variabel *customer trust* dapat dijelaskan oleh variabel *cyber crime* dan *perceived risk* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Bank BRI di Kantor Unit Rowokele. Disarankan untuk penelitian lain mengambil variabel lainnya karena sebanyak $100\% - 10,9\% = 89,1\%$ dijelaskan oleh

faktor lain atau dipengaruhi oleh variabel lainnya. Kemudian untuk substruktural II sebanyak 19,2% variabel keputusan menggunakan dapat dijelaskan oleh variabel *cyber crime*, *perceived risk*, dan *customer trust* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Bank BRI di Kantor Unit Rowokele. Disarankan untuk penelitian lain mengambil variabel lainnya karena sebanyak $100\% - 19,2\% = 80,8\%$ dijelaskan oleh faktor lain atau dipengaruhi oleh variabel lainnya, serta menjadi bahan referensi untuk penelitian yang selanjutnya. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain yang relevan agar dapat memperkaya kajian serupa. Hal ini juga bertujuan agar pembaca dapat mengetahui faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan penggunaan aplikasi *mobile banking* Bank BRI di Kantor Unit Rowokele.

5.3. Implikasi

5.3.1 Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis terhadap kebijakan Bank BRI Kantor Unit Rowokele yaitu sebagai berikut:

1. *Cyber crime* berpengaruh signifikan terhadap *customer trust*, Hal tersebut berarti bahwa aspek keamanan siber memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan pengguna. Oleh karena itu, pihak Bank BRI perlu secara aktif meningkatkan sistem keamanan pada layanan *mobile banking*, seperti melalui enkripsi data, sistem otentikasi ganda (*two-factor authentication*), serta

edukasi rutin kepada nasabah mengenai modus kejahatan digital. Strategi ini tidak hanya mencegah risiko teknis, tetapi juga memberikan rasa aman yang mendukung kepercayaan nasabah.

2. *Perceived risk* berpengaruh signifikan terhadap *customer trust*, Hal menunjukkan pentingnya mengelola persepsi risiko yang dirasakan pengguna, terutama yang berkaitan dengan keamanan data, kemungkinan kehilangan dana, dan privasi informasi. Pihak bank sebaiknya memberikan edukasi yang jelas dan transparan mengenai fitur keamanan, serta memperkuat komunikasi mengenai langkah-langkah yang diambil untuk mengurangi risiko. Penyediaan pusat bantuan yang responsif dan transparansi dalam penanganan keluhan juga dapat membantu mereduksi kekhawatiran nasabah.
3. *Cyber crime* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan secara langsung. Meskipun demikian, hal ini tidak berarti bahwa aspek keamanan dapat diabaikan. Justru, pihak bank harus menyadari bahwa meskipun tidak berpengaruh langsung, *cyber crime* dapat merusak kepercayaan yang kemudian berdampak pada keputusan penggunaan. Dengan demikian, langkah pencegahan dan penanganan kejahatan siber harus tetap dijadikan prioritas dalam strategi manajemen risiko.
4. *Perceived risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan secara langsung, hal tersebut menegaskan bahwa nasabah cenderung tidak langsung menghentikan penggunaan

layanan meskipun mereka merasakan adanya risiko. Keputusan untuk tetap menggunakan layanan sangat bergantung pada tingkat kepercayaan mereka terhadap penyedia layanan. Oleh karena itu, strategi yang berfokus pada penguatan kepercayaan seperti jaminan keamanan, kecepatan layanan, dan citra institusi yang profesional harus diprioritaskan.

5. *Customer trust* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan, maka kepercayaan harus menjadi fokus utama dalam pengembangan layanan digital bank. Bank BRI dapat membangun kepercayaan melalui konsistensi layanan, penyelesaian masalah yang cepat, serta komunikasi yang terbuka dan ramah terhadap nasabah. Kepercayaan juga dapat ditingkatkan melalui pengalaman pengguna (*user experience*) yang positif dan fitur-fitur yang memberikan kontrol serta transparansi kepada pengguna.
6. *Cyber crime* melalui *customer trust* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan, Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh keamanan digital terhadap keputusan pengguna tidak langsung, melainkan melalui kepercayaan yang terbentuk dari persepsi terhadap keamanan tersebut. Oleh karena itu, upaya membangun sistem keamanan tidak hanya sebatas proteksi teknis, tetapi juga harus diintegrasikan dalam strategi komunikasi untuk membentuk persepsi aman di benak nasabah.

7. *Perceived risk* melalui *customer trust* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan, hal tersebut menandakan bahwa nasabah tetap dapat menggunakan layanan meskipun menyadari risiko, selama mereka memiliki kepercayaan yang tinggi pada penyedia layanan. Bank BRI perlu menjaga transparansi, menyediakan edukasi proaktif, dan memastikan layanan pelanggan yang cepat dan empatik agar persepsi risiko yang timbul tidak mengikis kepercayaan yang telah dibangun.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan di atas, maka hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi implikasi teoritis sebagai berikut:

1. *Cyber crime* berpengaruh signifikan terhadap *customer trust*. Secara teoritis, hal ini mendukung teori dari Kotler & Armstrong (2008), yang menyatakan bahwa persepsi terhadap keamanan merupakan salah satu faktor psikologis utama yang memengaruhi kepercayaan konsumen terhadap layanan. Hal ini juga memperluas pemahaman tentang konsep kepercayaan sebagai fondasi dalam pengambilan keputusan, sebagaimana dijelaskan oleh Peter & Olson (2010), bahwa kepercayaan terbentuk melalui penilaian kognitif terhadap risiko dan manfaat suatu layanan.
2. *Perceived risk* berpengaruh signifikan terhadap *customer trust*, hal ini memperkuat teori yang dikemukakan oleh Styarini & Riptiono

(2020), bahwa persepsi risiko menjadi bagian dari proses evaluasi alternatif sebelum konsumen memutuskan. Artinya, meskipun konsumen menyadari adanya risiko, kepercayaan yang kuat terhadap penyedia layanan tetap memungkinkan penggunaan layanan berlanjut. Ini menunjukkan bahwa persepsi risiko berperan secara kognitif dalam mempengaruhi kepercayaan sebelum keputusan diambil.

3. *Cyber crime* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan secara langsung, menunjukkan bahwa aspek keamanan digital tidak selalu menjadi penentu utama dalam perilaku penggunaan. Hal ini memperkuat teori menurut Peter & Olson (2010), peran variabel intervening dalam teori perilaku konsumen, di mana keputusan tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor langsung, tetapi melalui mekanisme tidak langsung seperti trust. Artinya, keamanan siber tetap penting, tetapi pengaruhnya terhadap keputusan akhir tergantung pada tingkat kepercayaan yang dibangun.
4. *Perceived risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan secara langsung, hal ini mendukung gagasan bahwa risiko tidak selalu menjadi hambatan absolut. Konsumen modern cenderung melakukan evaluasi rasional terhadap risiko dan mempertimbangkannya dalam konteks kepercayaan, sebagaimana dijelaskan dalam aspek rasional teori keputusan penggunaan oleh

Basu (1998). Temuan ini memperkaya teori dengan menunjukkan bahwa konsumen digital kini lebih fleksibel dan adaptif dalam menghadapi ketidakpastian.

5. *Customer trust* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan, hal ini menguatkan teori dari Kotler & Amstrong (2016), yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan fondasi utama dalam hubungan jangka panjang antara konsumen dan penyedia layanan. Dalam konteks mobile banking, kepercayaan menjadi penentu utama keberlanjutan penggunaan, yang sekaligus menegaskan pentingnya pengalaman pengguna (*user experience*) dan persepsi kredibilitas institusi.
6. *Cyber crime* melalui *customer trust* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan, hal ini menguatkan konsep menurut Baron & Kenny (1986), variabel intervening sebagai penghubung dalam model perilaku konsumen. Ini menunjukkan bahwa efek negatif dari kejahatan siber dapat diminimalkan apabila penyedia layanan mampu menjaga dan membangun kepercayaan nasabah. Dengan demikian, teori tentang efek tidak langsung melalui *trust* menjadi semakin relevan dalam layanan berbasis teknologi.
7. *Perceived risk* melalui *customer trust* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan, hasil ini memberikan penguatan terhadap model perilaku konsumen yang lebih kompleks dan

realistis. Konsumen tidak serta-merta menghindari layanan yang dianggap berisiko, melainkan mengevaluasi risiko tersebut melalui lensa kepercayaan. Hal ini mendukung teori pengambilan keputusan rasional oleh Styarini & Riptiono (2020), sekaligus mencerminkan bahwa dalam konteks digital, kepercayaan menjadi filter penting dalam menyikapi risiko.

