

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Pada penelitian ini membahas mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *continuance rate to use* layanan *mobile payment*. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini diantaranya adalah *perceived security*, *value of reward program*, *Gen-Z positive attitude*, *Gen-Z satisfaction*, dan *continuance rate to use*. Penelitian ini merujuk pada penelitian sebelumnya, dengan faktor-faktor yang diadaptasi dari penelitian sebelumnya dan disesuaikan dengan pengguna *Gen-Z* layanan *mobile payment* di Indonesia. Fokus pada penelitian ini adalah untuk memahami alasan konsumen untuk tetap menggunakan *mobile payment* meskipun adanya potensi risiko. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan hipotesis yang memiliki pengaruh terbesar merupakan *perceived security* terhadap *Gen-Z satisfaction* dan, *value of reward program* terhadap *Gen-Z positive attitude* merupakan hipotesis yang memiliki pengaruh terkecil dalam penelitian ini. Sehingga, kesimpulan dari penelitian ini dapat dirangkum sebagai berikut :

1. *Perceived security* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *Gen-Z positive attitude*. Hal tersebut menunjukkan bahwa layanan *mobile payment* yang sangat bergantung dengan internet sehingga menimbulkan rasa kecemasan akan keamanan data informasi maupun keuangan yang dikelola. Penelitian ini menemukan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan ataupun *perceived security* yang dibangun oleh penyedia maka akan semakin membuat para pengguna yakin untuk menggunakan layanan tersebut sehingga timbulnya sikap positif dari para pengguna untuk terus menggunakan layanan tersebut.
2. *Perceived security* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *Gen-Z satisfaction*. Hal tersebut dapat artikan bahwa semakin tinggi tingkat *perceived security* yang dirasakan oleh pengguna, maka akan semakin tinggi pula *satisfaction* yang dirasakan oleh para pengguna. Selain itu, responden dalam penelitian ini merupakan Generasi Z dimana merupakan generasi yang

sangat cepat beradaptasi dengan teknologi atau generasi yang sangat memperhatikan keamanan *cyber* yang sejalan dengan hasil penelitian.

3. *Value of reward program* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *Gen-Z positive attitude*. Hal tersebut diartikan bahwa *value of reward program* seperti potongan harga, hadiah, maupun program loyalitas lainnya dapat memberikan kesan atau sikap positif bagi para responden sehingga menstimulus mereka untuk terus menggunakan layanan *mobile payment* walaupun pengaruh dari *value of reward program* tidak sebesar *perceived security*.
4. *Value of reward program* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *Gen-Z satisfaction*. Selain *attitude*, *value of reward program* juga dapat menimbulkan rasa kepuasan bagi para responden dikarenakan mereka merasa bahwa mereka sangat dihargai akan loyalitas yang mereka berikan dengan terus menggunakan layanan *mobile payment*.
5. *Gen-Z positive attitude* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *continuance rate to use*. *Attitude* sendiri dapat diartikan sebagai tingkat pandangan positif atau negatif seseorang sehingga, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa para responden menunjukkan sikap yang positif sehingga besar kemungkinan mereka untuk terus menggunakan layanan *mobile payment* secara berkelanjutan.
6. *Gen-Z satisfaction* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *continuance rate to use*. sama halnya dengan *attitude*, *satisfaction* juga menunjukkan kepuasan seseorang terhadap suatu layanan maupun yang dirasakan. Sehingga jika seseorang merasakan kepuasan atas layanan *mobile payment* yang digunakan, besar kemungkinan untuk terus menggunakan *mobile payment* secara berkelanjutan baik untuk transaksi maupun pembayaran secara digital lainnya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang dirasakan oleh penulis dalam melakukan penelitian ini sebagai berikut:

1. Terdapat persepsi yang tidak sepenuhnya sesuai antara apa yang dirasakan oleh responden dengan jawaban yang diberikan. Sehingga perlu dilakukan konfirmasi atas jawaban yang diberikan.
2. Objek dalam penelitian ini berfokus pada *Gen-Z*. Sehingga tidak dapat digeneralisasi untuk generasi lain. Artinya hasil penelitian ini terbatas untuk menggeneralisasi terkait *perceived security*, *value of reward program*, *Gen-Z positive attitude*, dan *Gen-Z satisfaction* terhadap *continuance rate to use* bagi pengguna *mobile payment Gen-Z*.

5.3 Saran

Rekomendasi untuk penelitian di masa mendatang, berdasarkan temuan dari penelitian yang dilakukan saat ini dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Saran Teoritis

- a. Peneliti berikutnya dapat mengadopsi kerangka penelitian yang sama namun dengan lokus dan tempus penelitian yang berbeda. Jika hasil yang diperoleh tetap konsisten, hal ini akan memberikan dukungan yang lebih kuat terhadap validitas model yang dikembangkan dalam penelitian ini.
- b. Temuan penelitian menunjukkan indikator opsi pembayaran lain dalam variabel *continuance rate to use* masih dirasakan belum optimal sehingga perlu dieksplorasi lebih dalam pada penelitian berikutnya. Penelitian selanjutnya sebaiknya mempertimbangkan berbagai fitur untuk memahami efek layanan yang diberikan sebagai contoh sistem pemulihan layanan, dan juga *merchant network*.

2. Saran Praktis

- a. Perusahaan dapat meningkatkan sistem teknologi menjadi lebih canggih dan memberikan jaminan keamanan yang kuat, Karena dalam penelitian ini pengguna masih mengalami kekhawatiran akan kehilangan dana.
- b. Perusahaan juga dapat melakukan sosialisasi keamanan kepada para pengguna terkait indikasi penipuan maupun kejahatan *cyber* lainnya.

Dikarenakan pada tahap konfirmasi, responden merasakan bahwa rendahnya tingkat literasi digital yang dimiliki oleh para pengguna sehingga terjadinya kejahatan *cyber*.