

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, mampu ditarik kesimpulan bahwa:

1. *Social Influence* yang kuat mampu meningkatkan *Purchase Intention*. Hal ini berarti bahwa semakin besar pengaruh sosial dari lingkungan sekitar, seperti keluarga, teman, dan rekan kerja, maka semakin tinggi pula niat seseorang untuk membeli produk investasi digital emas melalui Aplikasi DANA. Pengaruh sosial ini bisa berasal dari rekomendasi, dukungan, atau contoh penggunaan yang diberikan oleh orang-orang di sekitar pengguna potensial. Ketika individu merasakan dukungan sosial yang kuat, mereka cenderung lebih yakin dan termotivasi untuk mengikuti jejak tersebut, yang pada akhirnya meningkatkan niat beli mereka.
2. *Personal Innovativeness in IT* yang tinggi mampu berkontribusi meningkatkan *Purchase Intention*. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat inovasi pribadi dalam penggunaan teknologi, semakin besar kemungkinan seseorang untuk membeli produk investasi digital emas melalui Aplikasi DANA. Individu yang memiliki kecenderungan untuk mencoba dan mengadopsi teknologi baru lebih cepat cenderung merasa nyaman dan yakin menggunakan aplikasi digital untuk investasi. Keinginan untuk bereksperimen dengan teknologi baru dan memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh investasi digital meningkatkan niat mereka untuk membeli produk tersebut.
3. *Behavioral Intention* yang baik mampu meningkatkan *Purchase Intention*. Hal ini berarti bahwa semakin baik niat perilaku pengguna, semakin besar kemungkinan mereka untuk membeli produk investasi digital emas melalui Aplikasi DANA. Niat perilaku mencerminkan keseriusan dan komitmen seseorang dalam mengambil tindakan tertentu. Jika seseorang memiliki niat yang kuat untuk berinvestasi emas melalui aplikasi, maka kemungkinan besar mereka akan melaksanakan niat tersebut. Niat yang kuat ini biasanya didorong oleh keyakinan akan manfaat dan keuntungan dari investasi tersebut.

4. *Behavioral Intention* mampu menguatkan secara parsial hubungan antara *Social Influence* terhadap *Purchase Intention*. Hal ini berarti bahwa semakin besar pengaruh sosial dari lingkungan sekitar, semakin kuat pula niat perilaku pengguna, yang pada akhirnya meningkatkan niat beli untuk produk investasi digital emas melalui Aplikasi DANA. Pengaruh sosial yang kuat tidak hanya mendorong seseorang untuk mempertimbangkan investasi digital, tetapi juga memperkuat niat mereka untuk benar-benar melakukannya. Niat perilaku yang diperkuat oleh dukungan sosial ini membuat pengguna lebih yakin dan termotivasi untuk berinvestasi.
5. *Behavioral Intention* mampu menguatkan secara parsial hubungan antara *Personal Innovativeness in IT* terhadap *Purchase Intention*. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat inovasi pribadi dalam penggunaan teknologi, semakin kuat pula niat perilaku pengguna, yang mampu meningkatkan niat beli untuk produk investasi digital emas melalui Aplikasi DANA. Inovasi pribadi dalam IT membuat pengguna lebih percaya diri dan nyaman menggunakan aplikasi digital untuk investasi. Ketika niat perilaku mereka diperkuat oleh keyakinan dalam kemampuan mereka untuk menggunakan teknologi dengan efektif, maka niat beli mereka untuk produk investasi digital emas juga meningkat.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dan disusun sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan. Namun, beberapa kekurangan dan keterbatasan masih ditemukan dalam melakukan penelitian ini. Kekurangan dan keterbatasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

6. Jumlah kuesioner yang sesuai dengan kriteria populasi terbatas. Dari 239 kuesioner yang terisi, hanya 200 yang sesuai dengan kriteria populasi yang telah ditetapkan. Hal ini mengurangi jumlah data yang mampu digunakan untuk analisis, sehingga mungkin mempengaruhi generalisasi hasil penelitian ini. Data yang tidak memenuhi kriteria mungkin disebabkan oleh kesalahan pengisian, pemahaman yang tidak tepat dari responden, atau kriteria yang terlalu ketat.
7. Keterbatasan dalam variasi demografis responden. Karena penyebaran kuesioner dilakukan secara daring, ada kemungkinan bahwa variasi demografis responden, seperti

usia, pendidikan, dan tingkat Pendapatan, tidak merata. Hal ini mampu mempengaruhi hasil penelitian karena responden dari kelompok demografis tertentu mungkin lebih dominan.

8. Keterbatasan waktu dalam pengumpulan data. Pengumpulan data yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu mungkin tidak cukup untuk menampukan sampel yang representatif. Responden yang diharapkan untuk memberikan tanggapan mungkin tidak mampu melakukannya dalam waktu yang tersedia, sehingga mengurangi jumlah data yang dikumpulkan.
9. Keterbatasan dalam pemahaman responden terhadap pertanyaan kuesioner. Beberapa responden mungkin mengalami kesulitan dalam memahami pertanyaan kuesioner, terutama jika pertanyaan tersebut menggunakan istilah teknis atau konsep yang tidak familiar. Hal ini mampu menyebabkan bias dalam jawaban yang diberikan dan mempengaruhi validitas hasil penelitian

5.3 Saran

Berdasarkan temuan diskusi, peneliti menyarankan hal-hal berikut:

1. Pengembangan Produk: Aplikasi DANA diharapkan mampu mengembangkan produk dengan fokus untuk meningkatkan manfaat layanan investasi digital emas bagi pengguna. Pengembangan produk mampu mencakup inovasi fitur yang lebih ramah pengguna dan lebih aman. Berdasarkan hasil loading luar terendah, Aplikasi DANA harus mengoptimalkan manfaat layanan investasi digital emas untuk memberikan dampak positif bagi pengguna dan meningkatkan niat beli mereka. Salah satu pengembangan produk yang bisa dilakukan ialah dengan membuat variasi cara pembelian emas (cicilan emas, tabungan emas auto debet)
2. Strategi Pemasaran Berbasis Pengetahuan: Aplikasi DANA diharapkan mampu mengembangkan strategi pemasaran dengan memanfaatkan alat edukasi untuk meningkatkan pemahaman konsumen tentang pentingnya investasi emas digital. Dengan menggunakan hasil loading luar terendah, Aplikasi DANA mampu melakukan aktivitas yang meningkatkan pemahaman konsumen tentang investasi emas digital. Jika

lebih banyak orang tahu tentang keuntungan investasi emas digital, mereka mungkin lebih tertarik untuk menggunakan layanan tersebut.

3. Strategi Pemasaran Berfokus pada Perilaku Pelanggan: Diharapkan aplikasi DANA mampu membuat strategi pemasaran yang berfokus pada perilaku pelanggan. Aplikasi DANA mampu membuat program loyalitas atau kampanye promosi menarik yang mendorong pengguna untuk berinvestasi dalam emas digital berdasarkan hasil loading luar terendah. Kampanye promosi dengan aktivitas edukatif dan menarik mampu meningkatkan keinginan pengguna untuk membeli produk investasi digital emas.
4. Meningkatkan Kepercayaan Konsumen: Berdasarkan hasil loading luar terendah, Aplikasi DANA mampu memperluas kerja sama dengan lembaga keuangan terkait atau melakukan sertifikasi untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap layanan investasi emas digital. Semakin banyak orang yang percaya bahwa layanan investasi emas digital aman dan bahwa mereka menawarkan banyak keuntungan, hal ini mampu meningkatkan keinginan untuk membeli emas.
5. Penelitian Selanjutnya: Diharapkan bahwa penelitian lanjutan mengenai topik yang sama seperti penelitian ini akan memasukkan variable independen seperti persepsi risiko, citra merek, dan lainnya, serta variable moderasi seperti usia dan jenis kelamin. Diharapkan bahwa penelitian lanjutan dengan menambahkan variable moderasi ini akan menghasilkan perubahan dan mampu berfungsi sebagai acuan bagi perusahaan yang sedang mengembangkan bisnis mereka.
6. Optimalisasi Platform Digital: Hasil penelitian mengindikasikan bahwa aplikasi DANA harus meningkatkan penggunaan platform digital mereka sebagai alat pemasaran dan transaksi untuk produk investasi digital emas. Berdasarkan temuan ini, perusahaan mampu membuat fitur yang lebih mudah digunakan dan menyediakan informasi yang menyeluruh tentang keuntungan dan keamanan investasi emas digital. Ini akan meningkatkan minat dan kepercayaan pelanggan untuk berinvestasi melalui aplikasi DANA
7. Interaksi dengan Konsumen melalui Media Sosial: Hasil penelitian ini mampu digunakan oleh aplikasi DANA untuk meningkatkan interaksi dengan konsumen melalui media sosial dan platform digital lainnya. Meningkatkan kehadiran digital dan

keterlibatan konsumen melalui konten edukatif dan kampanye interaktif tentang keuntungan investasi emas digital mampu membantu meningkatkan pengaruh sosial dan meningkatkan inovasi pribadi dalam penggunaan teknologi, yang pada gilirannya akan menghasilkan hasil yang lebih baik bagi konsumen.