

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan Penelitian

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa *performance expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan QRIS, sementara *effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*.

Kesimpulan ini memberikan wawasan penting mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat berperilaku Gen Z di Kota Padang dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital dan memberikan rekomendasi bagi pengembangan strategi pemasaran digital berbasis teknologi.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Hasil dari pengujian hipotesis pertama memperlihatkan bahwa variabel *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan QRIS sebagai *digital payment* pada Gen Z di Kota Padang. Hal ini berarti semakin tinggi harapan Gen Z terhadap kinerja QRIS, seperti kecepatan, kemudahan, dan kenyamanan, maka semakin besar niat mereka untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran.
2. Hasil dari pengujian hipotesis kedua memperlihatkan bahwa variabel *effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* dalam

menggunakan QRIS sebagai *digital payment* pada Gen Z di Kota Padang. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan QRIS tidak cukup kuat untuk memengaruhi niat Gen Z dalam menggunakannya.

3. Hasil dari pengujian hipotesis ketiga memperlihatkan bahwa variabel *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan QRIS sebagai *digital payment* pada Gen Z di Kota Padang. Hal ini berarti semakin kuat pengaruh sosial dari teman, keluarga, atau figur penting yang mendorong penggunaan QRIS, maka semakin besar niat Gen Z untuk menggunakan QRIS.
4. Hasil dari pengujian hipotesis keempat memperlihatkan bahwa variabel *facilitating condition* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan QRIS sebagai *digital payment* pada Gen Z di Kota Padang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik fasilitas pendukung, seperti ketersediaan perangkat atau dukungan teknis, maka semakin besar niat Gen Z untuk menggunakan QRIS.

Kesimpulan ini memberikan gambaran bahwa faktor *performance expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition* memainkan peran penting dalam mendorong niat penggunaan QRIS pada Gen Z di Kota Padang, sementara *effort expectancy* memiliki pengaruh yang tidak signifikan.

## 5.2 Implikasi Penelitian

### 1. Implikasi Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan terkait variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition* dalam memengaruhi *behavioral intention* menggunakan QRIS sebagai *digital payment*. Penelitian ini memperkuat teori UTAUT yang digunakan, khususnya dalam konteks generasi Z di Kota Padang, serta memberikan pemahaman baru tentang pengaruh berbagai variabel terhadap niat menggunakan teknologi pembayaran digital. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berfokus pada penggunaan QRIS atau teknologi pembayaran lainnya, dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang relevan dalam mendorong adopsi teknologi oleh generasi muda.

### 2. Implikasi Praktis

Penelitian ini memberikan wawasan bagi pengelola QRIS mengenai aspek-aspek penting yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan niat pengguna, khususnya Gen Z, untuk menggunakan QRIS. Pada variabel *performance expectancy*, indikator tertinggi menunjukkan bahwa pengguna merasa QRIS bermanfaat untuk transaksi mereka. Hal ini mengindikasikan bahwa upaya mempromosikan manfaat QRIS perlu dilanjutkan, terutama dengan menyoroti efisiensi dan kemudahan yang ditawarkan. Sebaliknya, indikator terendah menunjukkan bahwa keyakinan pengguna terhadap

peningkatan kinerja aktivitas sehari-hari melalui QRIS masih perlu diperkuat. Oleh karena itu, pengelola QRIS dapat melakukan kampanye edukasi yang menjelaskan bagaimana QRIS dapat mempercepat dan menyederhanakan berbagai aktivitas sehari-hari, seperti pembayaran di toko, transportasi umum, atau layanan publik, akan membantu meningkatkan keyakinan pengguna terhadap manfaatnya dalam mendukung produktivitas.

Pada variabel *effort expectancy*, hasil penelitian menunjukkan bahwa *effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan QRIS sebagai *digital payment* pada generasi Z di Kota Padang. Temuan penelitian ini menunjukan *effort expectancy* tidak mampu untuk memengaruhi generasi z di Kota Padang agar berperilaku dalam menggunakan QRIS, karena yang kita tahu generasi Z di Kota Padang yang hidup dan berdampingan dengan teknologi sudah terbiasa dengan teknologi dan tidak ada masalah dalam kemudahan penggunaan QRIS, hal itu terbukti dari rata-rata variabel *effort expectancy* yang paling tinggi di antara variabel lainnya, yaitu 4,54. Namun *effort expectancy* tidak dapat mendorong *behavioral intention* generasi Z di Kota Padang dalam menggunakan QRIS. Dengan hasil tersebut, pengelola QRIS dapat lebih fokus pada faktor-faktor lain yang dapat mendorong *behavioral intention* generasi Z di Kota Padang dalam menggunakan QRIS.

Pada variabel *social influence*, indikator tertinggi menunjukkan bahwa pendapat orang yang dihargai oleh pengguna berpengaruh terhadap

keputusan mereka menggunakan QRIS. Strategi pemasaran yang melibatkan tokoh masyarakat atau *influencer* lokal dapat dimanfaatkan untuk memperkuat pengaruh sosial ini. Indikator terendah menunjukkan bahwa pengaruh sosial dari orang-orang penting dalam kehidupan pengguna terhadap penggunaan QRIS masih lemah. Untuk itu, pengelola QRIS dapat mengadakan program insentif berbasis rekomendasi, di mana pengguna yang berhasil mengajak orang lain untuk rutin menggunakan QRIS akan mendapatkan penghargaan seperti poin, diskon, atau cashback. Hal ini dapat mendorong pengguna untuk memengaruhi lingkaran sosial mereka agar lebih aktif menggunakan QRIS.

Pada variabel *facilitating condition*, indikator tertinggi menunjukkan bahwa pengguna merasa memiliki pengetahuan yang cukup untuk menggunakan QRIS, yang mencerminkan keberhasilan penyedia layanan dalam memberikan informasi kepada pengguna. Namun, indikator terendah menunjukkan bahwa dukungan teknis saat pengguna menghadapi masalah masih perlu ditingkatkan. Untuk itu, layanan pelanggan yang responsif, seperti fitur *live chat* atau pusat bantuan dalam aplikasi, dapat disediakan untuk memenuhi kebutuhan pengguna.

Pada variabel *behavioral intention*, indikator tertinggi menunjukkan bahwa pengguna memiliki niat kuat untuk menggunakan QRIS di masa depan. Pemberian insentif seperti *reward points* atau diskon dapat memperkuat niat ini. Namun, indikator terendah menunjukkan adanya sedikit keraguan dalam penggunaan QRIS secara rutin. Oleh karena itu,



pengelola QRIS dapat mengedukasi pengguna tentang manfaat jangka panjang QRIS, seperti efisiensi, keamanan, dan kemudahan pengelolaan keuangan. Kampanye ini dapat meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap QRIS sebagai solusi pembayaran digital yang mendukung kebutuhan mereka sehari-hari.

Berikutnya untuk bisnis ritel, pada variabel *performance expectancy*, usaha ritel dapat memberikan diskon khusus atau program loyalitas bagi pelanggan yang menggunakan QRIS untuk meningkatkan persepsi manfaat QRIS dalam transaksi. Hal ini akan menarik perhatian pelanggan, terutama kelompok mahasiswa yang mendominasi responden penelitian.

Pada variabel *social influence*, usaha ritel dapat mengadakan kerja sama dengan pengelola QRIS untuk menyelenggarakan acara komunitas yang melibatkan tokoh atau influencer lokal. Acara ini dapat membangun kesadaran kolektif di kalangan pelanggan untuk mengadopsi QRIS sebagai metode pembayaran yang modern dan efisien.

Pada variabel *facilitating condition*, usaha ritel dapat memastikan semua staf kasir memahami cara kerja QRIS dan dapat membantu pelanggan yang mengalami kendala. Selain itu, ritel juga dapat menyediakan panduan sederhana tentang cara penggunaan QRIS di area kasir untuk membantu pelanggan baru.

Pada variabel *behavioral intention*, usaha ritel dapat memberikan penawaran eksklusif, seperti potongan harga atau bonus produk, bagi

pelanggan yang menggunakan QRIS secara rutin. Strategi ini tidak hanya meningkatkan niat penggunaan QRIS tetapi juga menciptakan loyalitas pelanggan terhadap usaha ritel tersebut.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam proses penelitian ini, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki beberapa kekurangan dan keterbatasan, di antaranya:

1. Penelitian ini tidak menggunakan variabel moderasi atau mediasi yang dapat memperkaya analisis hubungan antar variabel. Hal ini membuat penelitian hanya fokus pada pengaruh langsung antara variabel independen (*performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition*) terhadap variabel dependen (*behavioral intention*).
2. Penelitian ini hanya menganalisis hingga tahap *behavioral intention* tanpa melanjutkan ke *use intention*. Hal ini membatasi pemahaman tentang bagaimana niat perilaku terhadap penggunaan QRIS dapat berlanjut menjadi penggunaan aktual dalam kehidupan sehari-hari.
3. Jumlah responden penelitian ini hanya sebanyak 120 orang. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan waktu dan sumber daya peneliti, sehingga jumlah sampel yang digunakan belum sepenuhnya merepresentasikan populasi Gen Z di Kota Padang. Peneliti berharap kekurangan ini dapat menjadi perhatian untuk penelitian selanjutnya agar dapat lebih menyeluruh dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik di bidang teknologi pembayaran digital.

#### 5.4 Saran Penelitian

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh, serta mengacu pada kesimpulan dan keterbatasan penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel moderasi atau mediasi, seperti *trust*, *perceived risk*, atau *habit*, yang dapat memperkaya analisis hubungan antara variabel-variabel utama dalam penelitian ini.
2. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat melanjutkan analisis hingga tahap *use intention* atau penggunaan aktual (*use behavior*), agar dapat memberikan pemahaman yang lebih holistik mengenai adopsi QRIS sebagai metode pembayaran digital.
3. Diharapkan jumlah responden untuk penelitian selanjutnya dapat ditingkatkan agar hasil penelitian lebih representatif dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik terhadap populasi pengguna QRIS di kalangan Gen Z.

