

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya pada bab IV mengenai pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan *risk* terhadap *intention to use* yang dimediasi oleh *trust* pada pengguna BRI *mobile* di Sumatera Barat dengan hipotesis sebanyak 10 buah, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. *Perceived Usefulness* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *trust* atau kepercayaan. Ini menjelaskan bahwa Meskipun responden merasakan BRI<sub>mo</sub> sangat bermanfaat, hal ini tidak secara otomatis meningkatkan *trust* mereka terhadap BRI<sub>mo</sub> tersebut.
2. *Perceived Ease of Use* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *trust* atau kepercayaan. Ini menjelaskan bahwa meskipun responden merasakan BRI<sub>mo</sub> merupakan *mobile banking* yang mudah dijalankan dan dioperasikan, hal ini tidak secara otomatis meningkatkan *trust* mereka terhadap BRI<sub>mo</sub> tersebut.
3. *Risk* memiliki pengaruh negative dan signifikan terhadap *trust* atau kepercayaan. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi risiko yang

didapatkan responden dalam menggunakan BRImo maka semakin rendah kepercayaan responden terhadap BRImo tersebut.

4. *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Hal ini menjelaskan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan responden dalam menggunakan BRImo maka akan semakin tinggi minat responden dalam menggunakan BRImo
5. *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah suatu aplikasi khususnya BRImo.
6. *Risk* memiliki pengaruh negative dan signifikan terhadap *intention to use*. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi risiko yang didapatkan responden dalam menggunakan BRImo maka akan semakin rendah niat responden dalam menggunakan BRImo
7. *Trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Hal ini menjelaskan bahwa semakin responden percaya terhadap performa yang ditawarkan BRImo maka semakin tinggi niat responden dalam menggunakan BRImo
8. *Trust* tidak menjadi mediator antara hubungan *perceived usefulness* dan *intention to use*. Hal ini menjelaskan bahwa manfaat dari BRImo secara langsung mempengaruhi niat mereka dalam menggunakan aplikasi BRImo

tanpa perlu melibatkan tingkat kepercayaan mereka terhadap BRI *mobile banking*.

9. *Trust* tidak menjadi mediator antara hubungan *perceived ease of use* dan *intention to use*. Hal ini menjelaskan bahwa kemudahan dalam menjalankan aplikasi BRImo secara langsung mempengaruhi niat mereka dalam menggunakan aplikasi BRImo tanpa perlu melibatkan tingkat kepercayaan mereka terhadap BRI *mobile banking*.
10. *Trust* menjadi mediator antara hubungan *risk* dan *intention to use*. Hal ini menjelaskan bahwa dengan adanya kepercayaan responden dalam menggunakan aplikasi BRImo maka akan mengurangi ketakutan mereka dalam risiko penggunaan dan tetap berniat dalam menggunakan BRImo

## 5.2 Implikasi Penelitian

### 1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini mengintegrasikan variabel *trust* dan *risk* ke dalam model TAM klasik yang awalnya hanya terdiri dari *perceived ease of use*, dan *perceived usefulness*. Hal ini memperluas pemahaman bagaimana factor factor non teknis seperti kepercayaan dan risiko mempengaruhi niat penggunaan BRImo. Penelitian ini memperkuat teori bahwa *trust* adalah factor kritis dalam adopsi teknologi, terutama dalam konteks di mana risiko dirasakan tinggi termasuk dalam penggunaan BRI *mobile banking*. Penelitian ini juga memperkaya

literatur tentang *risk* dalam konteks adopsi teknologi, terutama dalam bidang yang sensitive terhadap keamanan dan privasi. Selain itu, penelitian ini juga menjadi referensi penelitian selanjutnya yang berfokus pada adopsi suatu teknologi dengan mengembangkan model yang lebih kompleks dan komprehensif.

## 2. Implikasi Praktis

Penelitian ini memberikan wawasan kepada BRI mengenai aspek penting yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan niat nasabah dalam menggunakan BRI *mobile*. Berikut beberapa aspek yang dapat dijadikan prioritas dalam pengembangan, berdasarkan hasil penelitian:

- a. BRI perlu memastikan bahwa fitur-fitur dalam aplikasi BRI *mobile banking* benar-benar bermanfaat dan relevan dengan kebutuhan pengguna (*perceived usefulness*): Menambahkan fitur-fitur yang sering diminta oleh pengguna, seperti pembayaran tagihan yang lengkap, atau investasi digital, menyediakan layanan eksklusif, seperti *cashback*, diskon, atau *reward points* untuk transaksi tertentu. Selain itu BRI juga harus memastikan aplikasi BRI *mo* jarang mengalami *downtime* atau gangguan teknis.
- b. Peningkatan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*): BRI *mobile* dapat berfokus pada penyempurnaan antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX) untuk memastikan bahwa

pengguna merasa mudah dan nyaman dalam mengoperasikan platform ini, BRI juga dapat menyediakan fitur *autofill* untuk informasi seperti nomor rekening, nama penerima dan alamat email.

c. Meningkatkan keamanan aplikasi saat transaksi (*risk*): Masih ada beberapa responden takut akan risiko dalam penggunaan BRImo sehingga menurunkan minat penggunaan. BRI perlu memberikan edukasi kepada pengguna tentang cara menggunakan aplikasi yang aman dan menyediakan layanan pelanggan yang responsive untuk menangani keluhan atau masalah yang muncul. Selain itu BRI perlu terus meningkatkan sistem keamanan, seperti menggunakan enkripsi data, autentifikasi dua factor, dan pemantauan transaksi secara *real time* untuk mengurangi risiko keamanan

d. Mengoptimalkan kepercayaan pengguna (*trust*): BRI perlu membangun kepercayaan terhadap pengguna sejak awal dengan memberikan informasi yang jelas tentang keamanan aplikasi, fitur fitur tersedia, dan manfaat bagi pengguna. Selain itu BRI juga harus memastikan pengalaman pengguna yang konsisten, layanan yang responsive, dan transparansi dalam menangani masalah atau keluhan nasabah.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman peneliti selama melakukan penelitian ini, peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini tidak sempurna dan memiliki beberapa keterbatasan yang mempengaruhi hasil yang diharapkan. Oleh karena itu keterbatasan keterbatasan ini diharapkan lebih dioerhatikan lagi untuk penelitian penelitian selanjutnya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Sampel pada penelitian ini hanya 130 responden di Sumatera Barat, sehingga belum menggambarkan keseluruhan persepsi masyarakat d Sumatera Barat
2. Penelitian ini hanya menggunakan data kuantitatif yang diperoleh dari penyebaran kuisisioner online sehingga data yang diperoleh terbatas
3. Variabel independent yang digunakan dalam penelitian ini hanya *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *risk*, dan *trust* sehingga tidak dapat menggambarkan secara keseluruhan hal hal yang mempengaruhi *intention to use* pada responden, yang dimana variabel variabel ini hanya 60% dalam mempengaruhi *intention to use*
4. Waktu dan tenaga yang digunakan untuk pengumpulan data dan mengolah data pada penelitian ini terbatas.

## 5.4 Saran

Penelitian ini membutuhkan penelitian berkelanjutan yang lebih terarah dan lebih luas agar kelemahan yang muncul dapat disempurnakan. Berikut adalah saran bagi akademisi yang akan melakukan penelitian selanjutnya:

1. Diharapkan untuk menambah jumlah sampel yang akan diteliti menjadi responden sehingga hasilnya lebih baik
2. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya menguji dengan variabel baru yang relevan seperti *perceived enjoyment*, *habit* atau *privacy concerns* untuk melihat pengaruhnya terhadap *intention to use*
3. Selain *Technology Acceptance Model* (TAM) diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk mengintegrasikan teori lain seperti UTAUT, atau IDT untuk memperkaya model penelitian
4. Penelitian selanjutnya sebaiknya melakukan pengumpulan data secara langsung sehingga lebih mudah menjelaskan pertanyaan kepada responden, memberikan klarifikasi jika diperlukan, sehingga memastikan responden paham dengan konteks dan tujuan penelitian
5. Penelitian selanjutnya bisa mengembangkan subjek penelitian menjadi lebih merata di seluruh Indonesia

Selain saran yang diberikan kepada peneliti selanjutnya, berikut adalah saran bagi Bank BRI sebagai layanan penyedia BRImo untuk pengembangan layanan mereka agar lebih baik kedepannya:

1. Membuat iklan edukasi singkat yang informatif bagi masyarakat yang masih ragu dan khawatir dengan penggunaan BRImo
2. Memberikan promosi menarik berupa *voucher*, *discount*, dan *cashback* terhadap transaksi tertentu agar menarik untuk berminat menggunakan BRImo dan mampu bertahan di persaingan perbankan Indonesia yang sangat ketat ini
3. Bagi Bank BRI harus melakukan *maintance* atau pemeliharaan secara berkala pada aplikasi BRImo agar terbebas dari gangguan yang menghambat pengoperasian BRImo, namun tetap ringan dijalankan pada *smartphone* penggunaanya
4. BRI perlu focus pada peningkatan keamanan sistem dan transparansi dalam layanan untuk membangun kepercayaan pengguna

