

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat apa yang menjadi faktor yang memengaruhi adopsi bank digital menggunakan model UTAUT2. Peneliti menggunakan 9 variabel independen (*Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Price Value, Habit, Trust, dan Security*), *Actual Usage* sebagai variabel dependen serta variabel *Behavioral Intention* sebagai mediasi dengan Gen Z pengguna bank digital di Provinsi Jambi sebagai objek penelitian. Dalam mengumpulkan data penelitian, disebarluaskan kuisioner melalui media sosial, kemudian data yang sudah dikumpulkan diolah menggunakan *software SmartPLS 4* untuk mendapatkan hasil uji hipotesis yang telah diajukan.

Berdasarkan uji yang telah dilakukan, diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Performance Expectancy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* Gen Z sebagai pengguna bank digital di Provinsi Jambi. Artinya semakin pengguna merasa bahwa penggunaan bank digital membantu dalam berbagai aspek dalam kehidupan maka semakin tinggi minat Gen Z untuk terus menggunakan bank digital tersebut.
2. *Effort Expectancy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* Gen Z sebagai pengguna bank digital di Provinsi Jambi. Artinya

semakin pengguna merasa bahwa dalam menggunakan aplikasi bank digital mudah digunakan tanpa usaha yang banyak, maka akan meningkat rasa minat atau keinginan pengguna untuk terus menggunakan bank digital tersebut.

3. *Social Influence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* Gen Z sebagai pengguna bank digital di Provinsi Jambi. Artinya semakin kuat dorongan sosial untuk menggunakan bank digital semakin tinggi niat untuk menggunakan bank digital tersebut secara berkelanjutan.
4. *Facilitating Condition* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* Gen Z sebagai pengguna bank digital di Provinsi Jambi. Artinya semakin memadai sumber daya yang dimiliki oleh pengguna, semakin tinggi niat untuk terus menggunakan bank digital.
5. *Hedonic Motivation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* Gen Z sebagai pengguna bank digital di Provinsi Jambi. Artinya ketika rasa senang, rasa nyaman yang dirasakan pengguna saat menggunakan bank digital meningkat, maka niat mereka untuk terus menggunakan bank digital tersebut semakin kuat.
6. *Price Value* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* Gen Z sebagai pengguna bank digital di Provinsi Jambi. Semakin pengguna merasa bahwa biaya yang dikeluarkan sebanding atau lebih kecil dari manfaat yang diperoleh maka semakin tinggi niat mereka untuk menggunakan bank digital tersebut.

7. *Habit* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* Gen Z sebagai pengguna bank digital di Provinsi Jambi. Artinya ketika semakin terbiasa dan familiar pengguna menggunakan bank digital maka niat untuk terus menggunakannya semakin kuat.
8. *Trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* Gen Z sebagai pengguna bank digital di Provinsi Jambi. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap bank digital yang digunakan, maka semakin tinggi niat pengguna untuk menggunakan bank digital secara berkelanjutan.
9. *Security* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* Gen Z sebagai pengguna bank digital di Provinsi Jambi. Artinya semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan oleh pengguna bank digital, maka akan meningkatkan niat pengguna untuk terus menggunakannya di masa depan.
10. *Behavioral Intention* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* Gen Z sebagai pengguna bank digital di Provinsi Jambi. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi niat pengguna untuk terus menggunakannya, maka tingkat penggunaan secara nyata akan meningkat juga.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan uraian hasil pembahasan dan kesimpulan di atas, maka penelitian ini memiliki implikasi sebagai berikut.

1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis yang signifikan terhadap pengembangan literatur adopsi teknologi bank digital. Hasil menunjukkan bahwa

UTAUT2 yang dimodifikasi dengan penambahan variable *Trust*, dan *Security* terbukti memiliki daya prediksi yang kuat dengan nilai R-Square 0,890 untuk *Behavioral Intention* dan 0,335 untuk *Actual Usage*.

Secara khusus, temuan bahwa kesembilan variabel independent semuanya berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention memberikan validasi empiris terhadap teori UTAUT2 dalam konteks yang lebih komprehensif. Penelitian ini memperluas pemahaman dengan mengintegrasikan faktor kepercayaan dan keamanan sebagai faktor kritis yang sering diabaikan dalam model adopsi teknologi.

2. Implikasi Praktis

Temuan penelitian ini memberi masukan penting bagi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia dalam merancang kebijakan yang mendukung inklusi keuangan digital, khususnya segmen Gen Z. Pemerintah dan regulator perlu mempertimbangkan kebijakan yang mendorong literasi digital finansial melalui program yang menargetkan Gen Z. Temuan bahwa sosial lingkungan dengan distribusi rekomendasi orang terdekat memiliki pengaruh paling kuat menunjukkan bahwa strategi sosial akan lebih efektif jika melibatkan pendekatan *Peer-To-Peer* (P2P). Kolaborasi bank digital dengan influencer Gen Z dan *Student Comunities* dapat menjadi strategi amplifikasi yang efektif. Program kolaboratif antara pemerintah, bank digital, dan institusi pendidikan untuk mengintegrasikan *financial technology literacy* ke dalam kurikulum dapat menjadi investasi jangka Panjang.

Berdasarkan temuan penelitian, bahwa mayoritas responden merasa manfaat yang dirasakan lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan, namun beberapa responden kurang setuju dengan pernyataan tersebut. Regulator perlu memastikan adanya kebijakan yang melindungi *hidden charges* dan memastikan transparansi struktur biaya layanan bank digital. OJK dapat mempertimbangkan pengembangan platform komparansi layanan bank digital yang bersifat independent guna meningkatkan transparansi informasi, sehingga Gen Z dapat mengambil keputusan penggunaan secara rasional berdasarkan *value proposition* yang jelas.

Melihat temuan penelitian yang menunjukkan responden masih memiliki keraguan terhadap bank digital, beberapa responden kurang setuju terhadap kemampuan bank digital dalam mengatasi dan mencegah adanya serangan *malware* dan secara menyeluruh masih belum percaya sepenuhnya terhadap bank digital. Dengan demikian, teregulasi terkait *consumer protection* dalam transaksi harus diperkuat dengan *Standardized Security Certification*. Penyedia layanan bank digital disarankan untuk memberikan layanan pengaduan dan layanan bantuan yang interaktif dan responsive.

Pada temuan penelitian, beberapa pengguna mengungkapkan kurang dalam merasakan manfaat dan kemudahan dari penggunaan bank digital. Hal ini mengaruskan penyedia layanan untuk terus meningkatkan informasi yang mudah dipahami, visual yang juga harus diperhatikan, pergunakan ikon yang mudah dimengerti, kecepatan transaksi, dan mengembangkan fitur *value-added* dengan

inovasi-inovasi produk yang ditawarkan. Selain itu, informasi kebiasaan yang menjadi cukup sangat penting bagi keberlanjutan penggunaan, mengharuskan bank digital mengimplementasi strategi pembentukan kebiasaan pengguna melalui *program loyalty* yang inovatif, dan layanan berbasis AI yang dapat mengantisipasi kebutuhan pengguna. Sehingga dengan strategi tersebut dapat meningkatkan nilai kenyamanan pengguna saat menggunakan bank digital.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan diantaranya:

1. Penelitian ini hanya mencakup variabel-variabel yang diadopsi dari model UTAUT2 yang dikombinasikan dengan variabel *Trust* dan *Security*. Meskipun model tersebut terbukti relevan dalam menjelaskan adopsi teknologi, namun belum mencakup seluruh faktor yang mungkin memengaruhi penggunaan bank digital.
2. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah sampel yang digunakan dengan responden dalam penelitian hanya masyarakat golongan Gen Z di Provinsi Jambi. Hal ini mengakibatkan hasil temuan hanya merefleksikan persepsi, sikap, dan perilaku dari golongan tersebut.

5.4 Saran Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dijelaskan penulis memberikan beberapa rekomendasi yang dapat dilaksanakan, berupa:

1. Penelitian berikutnya diharapkan menambah jumlah variabel moderasi seperti tingkat pendapatan dan latar belakang pendidikan menilai karakteristik Gen Z yang heterogen, guna memperkaya hasil analisis untuk adopsi teknologi digital.
2. Penelitian berikutnya diharapkan untuk memperluas target responden dengan menambah golongan milenial disamping Gen Z, hal ini disarankan sehingga penelitian tersebut dapat memberikan kontribusi yang lebih besar dengan responden penelitian yang lebih luas.

