

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 144 responden pengguna aplikasi blu by BCA Digital, dapat diambil kesimpulan bahwa:

- 1) Variabel persepsi kemudahan penggunaan (X1) **memiliki pengaruh positif signifikan** terhadap variabel kepercayaan (Z). Temuan ini menunjukkan semakin mudah penggunaan aplikasi blu by BCA Digital maka semakin tinggi kepercayaan yang dimiliki pengguna terhadap aplikasi.
- 2) Variabel persepsi risiko (X2) **memiliki pengaruh positif signifikan** terhadap variabel kepercayaan (Z). Temuan ini menunjukkan semakin tinggi tingkat keamanan yang disediakan dalam penggunaan blu by BCA Digital maka kepercayaan pengguna akan aplikasi juga akan meningkat.
- 3) Variabel persepsi kemudahan penggunaan (X1) **memiliki pengaruh positif signifikan** terhadap variabel minat penggunaan berkelanjutan (Y). Hal ini menunjukkan apabila pengguna mendapati kemudahan dalam penggunaan aplikasi maka dapat mendorong munculnya minat untuk menggunakan aplikasi blu by BCA Digital secara berkelanjutan di masa depan.

- 4) Variabel persepsi risiko (X2) **memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan** terhadap variabel minat penggunaan berkelanjutan (Y). Hal ini menunjukkan keberadaan risiko dalam penggunaan aplikasi blu by BCA Digital tidak mempengaruhi minat pengguna dalam menggunakan kembali aplikasi secara berkelanjutan dimasa depan.
- 5) Variabel kepercayaan (Z) **memiliki pengaruh positif signifikan** terhadap variabel minat penggunaan berkelanjutan (Y). Hal ini menunjukkan bahwa pengguna aplikasi blu by BCA Digital memiliki kepercayaan akan performa maupun aplikasi secara keseluruhan, kepercayaan ini mendorong munculnya minat dari para pengguna untuk menggunakan kembali aplikasi di masa depan.
- 6) Variabel persepsi kemudahan penggunaan (X1) **memiliki pengaruh positif signifikan** terhadap variabel minat penggunaan berkelanjutan (Y) dengan kepercayaan (Z) sebagai mediasi. Kemudahan yang didapati oleh pengguna blu by BCA Digital dalam penggunaan aplikasi membangun kepercayaan terhadap performa aplikasi, kemudian kedua hal tersebut mendorong minat para pengguna untuk terus menggunakan secara berkelanjutan di masa depan.
- 7) Variabel persepsi risiko (X2) **memiliki pengaruh positif signifikan** terhadap variabel minat penggunaan berkelanjutan (Y) dengan kepercayaan (Z) sebagai mediasi. Hal ini mengindikasikan, meskipun keberadaan persepsi risiko tidak memiliki pengaruh langsung terhadap minat penggunaan berkelanjutan, indikasi risiko yang rendah membangun

rasa kepercayaan yang tinggi terhadap aplikasi blu by BCA Digital. Kepercayaan kemudian mendorong minat yang dimiliki oleh para pengguna untuk terus menggunakan aplikasi secara berkelanjutan di masa depan.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, peneliti memberikan beberapa saran baik untuk perusahaan maupun penelitian selanjutnya sebagai bahan pertimbangan dan perbaikan di masa yang akan datang

4.2.1 Untuk Perusahaan

- 1) Pada penelitian ini kepercayaan terbukti memiliki pengaruh besar terhadap minat penggunaan berkelanjutan, perusahaan harus terus menjaga performa aplikasi, meningkatkan transparansi informasi layanan, serta memperkuat kualitas *customer service* agar pengguna merasa aman dan dihargai.
- 2) Kemudahan dalam menggunakan aplikasi mendorong kepercayaan dan loyalitas. Perusahaan sebaiknya memastikan desain antarmuka tetap intuitif, ringan, dan mudah diakses oleh semua segmen pengguna, termasuk menyediakan panduan atau fitur bantuan yang jelas dan praktis.
- 3) Untuk mendorong pertumbuhan pengguna dan memperkuat minat penggunaan jangka panjang, perusahaan sebaiknya mengembangkan program loyalitas dan *referral* yang menarik, mengingat pengguna telah menunjukkan kecenderungan untuk merekomendasikan aplikasi kepada orang lain.

4.2.2 Untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup variabel yang digunakan. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk:

- 1) Disarankan agar penelitian selanjutnya melakukan segmentasi analisis berdasarkan demografi atau karakteristik pengguna seperti usia, profesi, tingkat pendidikan, atau durasi penggunaan aplikasi. Hal ini dapat dilakukan untuk memahami perbedaan persepsi, kebutuhan, dan perilaku di setiap kelompok, sehingga hasil penelitian lebih aplikatif bagi pengembangan strategi pemasaran dan layanan. Meskipun data sudah berasal dari seluruh Indonesia, tidak adanya analisis segmentatif dalam penelitian ini membuat sulit untuk mengetahui apakah respon dari berbagai kelompok pengguna memiliki pola yang seragam atau justru berbeda secara signifikan.
- 2) Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lainnya, hal ini dikarenakan hasil *F-Square* yang menunjukkan bahwa beberapa pengaruh variabel masih tergolong lemah hingga sedang, seperti persepsi risiko terhadap minat penggunaan berkelanjutan (0,005) dan persepsi kemudahan terhadap kepercayaan (0,112). Penambahan variabel relevan diharapkan dapat meningkatkan kekuatan model dan memberikan penjelasan yang lebih utuh terhadap minat penggunaan berkelanjutan.