

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada 100 responden yang merupakan pengguna ShopeePay terkait “Pengaruh *Perceived Risk* dan *Perceived Ease of Use* Terhadap *Behavioral Intention* Melalui *Trust* Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna ShopeePay di Kalangan Generasi Milenial dan Z di Jakarta”. Berikut ini merupakan kesimpulan yang dibuat berdasarkan hasil penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

1. Variabel *Perceived Risk* memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel *Behavioral Intention*. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya risiko atau kemungkinan terjadinya risiko yang tidak diprediksi oleh penggunaan ShopeePay tidak menimbulkan pengaruh pada meningkatnya niat berperilaku pengguna pada masyarakat di kalangan generasi milenial dan z di Jakarta dalam bertransaksi atau tidak signifikan.
2. Variabel *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya kemudahan yang diberikan ShopeePay dapat meningkatkan niat berperilaku pada pengguna dalam bertransaksi.
3. Variabel *Perceived Risk* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust*. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya risiko atau kemungkinan terjadinya risiko yang tidak diprediksi oleh penggunaan ShopeePay dapat memengaruhi kepercayaan bagi pengguna dalam bertransaksi.

4. Variabel *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust*. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya kemudahan yang terdapat pada ShopeePay mampu membentuk persepsi positif yang berpengaruh pada kepercayaan masyarakat di kalangan generasi milenial dan z di Jakarta untuk menggunakan ShopeePay dalam bertransaksi.
5. Variabel *Trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya kepercayaan yang ditimbulkan oleh ShopeePay pada pengguna menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap niat berperilaku masyarakat di kalangan generasi milenial dan z di Jakarta untuk menggunakan ShopeePay dalam bertransaksi.
6. Variabel *Perceived Risk* memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Behavioral Intention* melalui *Trust* sebagai variabel intervening. Hal tersebut ditunjukkan dengan persepsi risiko yang dimiliki pengguna terhadap ShopeePay mampu membentuk kepercayaan yang memengaruhi niat berperilaku pada masyarakat di kalangan generasi milenial dan z di Jakarta untuk menggunakan ShopeePay dalam bertransaksi namun tidak secara signifikan.
7. Variabel *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* melalui *Trust* sebagai variabel intervening. Hal tersebut ditunjukkan dengan persepsi kemudahan yang dimiliki pengguna terhadap ShopeePay mampu membentuk kepercayaan yang memengaruhi niat berperilaku pada masyarakat di kalangan generasi milenial dan z di Jakarta untuk menggunakan ShopeePay dalam bertransaksi.

4.2 Saran

Berdasarkan penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat ditunjukkan bagi pihak perusahaan dan peneliti selanjutnya, yaitu sebagai berikut.

4.2.1 Bagi Perusahaan

Berikut ini merupakan beberapa saran yang perlu diperhatikan oleh pihak perusahaan berdasarkan pada variabel yang terdapat pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

1. Berdasarkan pada hasil penelitian ini, diketahui bahwa pada variabel *perceived risk* masih terdapat beberapa responden yang memiliki persepsi negatif atau kekhawatiran terkait kemungkinan risiko yang akan terjadi ketika bertransaksi menggunakan ShopeePay. Beberapa risiko tersebut, berdasarkan pada indikator *financial risk* seperti kemungkinan adanya penipuan dan kegagalan atau hambatan saat bertransaksi menggunakan ShopeePay. Oleh karena itu, terdapat beberapa saran yang dapat dilakukan oleh ShopeePay dalam menurunkan persepsi risiko bagi pengguna, yaitu sebagai berikut.
 - a. ShopeePay perlu melakukan pelatihan terkait keamanan bagi tim *Information and Technology* (IT) dalam meningkatkan kemampuan untuk menangani dan mendeteksi adanya ancaman *cyber hacker*.
 - b. ShopeePay perlu melakukan edukasi atau kampanye secara *online* melalui aplikasi yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran bagi pengguna terkait keamanan bertransaksi dengan memberikan informasi terkait tindakan yang harus dilakukan untuk melindungi akun dan data pribadi pengguna.

- c. ShopeePay perlu melakukan perancangan terkait sistem dan strategi komunikasi yang baik kepada pengguna dengan memberikan pemberitahuan ketika akan dilakukannya *maintenance* pada sistem melalui aplikasi, *e-mail*, dan lain-lain untuk mengurangi adanya ketidaknyamanan pengguna saat bertransaksi.
2. Berdasarkan pada hasil penelitian ini, diketahui bahwa pada variabel *perceived ease of use* masih terdapat beberapa responden yang merasakan kesulitan saat pertama kali bertransaksi menggunakan ShopeePay, terutama bagi pengguna baru. Beberapa kesulitan tersebut, berdasarkan pada indikator kemudahan dalam mengoperasikan sistem seperti masih kurangnya penjelasan terkait proses transaksi ataupun informasi lainnya terkait ShopeePay dan kurangnya aplikasi yang intuitif. Oleh karena itu, terdapat beberapa saran yang dapat dilakukan oleh ShopeePay dalam meningkatkan persepsi kemudahan bagi pengguna, yaitu sebagai berikut.
 - a. ShopeePay perlu meningkatkan sistem kemudahan bagi penggunanya terutama pengguna baru dengan memberikan panduan atau video tutorial secara jelas terkait fungsi dan cara pengoperasian dari masing-masing fitur yang tersedia untuk memudahkan pengguna dalam melakukan proses transaksi.
 - b. ShopeePay perlu memperluas kerja sama dengan *platform* atau *merchant* pembayaran *online* lainnya yang belum terintegrasi untuk memberikan kemudahan dan fleksibilitas bagi pengguna dalam bertransaksi.

3. Berdasarkan pada hasil penelitian ini, diketahui bahwa pada variabel *trust* masih terdapat beberapa responden yang merasa kurang percaya dalam melakukan transaksi menggunakan ShopeePay. Hal tersebut berdasarkan pada indikator kemampuan (*ability*) dan integritas (*integrity*) seperti masih terdapat beberapa kemungkinan untuk terjadinya risiko pada sistem keamanan dalam bertransaksi dan belum optimalnya beberapa fungsi fitur dalam bertransaksi. Oleh karena itu, terdapat beberapa saran yang dapat dilakukan oleh ShopeePay dalam meningkatkan kepercayaan pengguna, yaitu sebagai berikut.
 - a. ShopeePay perlu meningkatkan sistem keamanan yang lebih baik untuk menjaga data transaksi pengguna dengan merapkan sistem teknologi keamanan, seperti enkripsi data, sistem deteksi terkait aktivitas akun yang mencurigakan, dan lain-lain.
 - b. ShopeePay perlu mengoptimalkan fungsi secara berkala dengan melakukan *maintenance* pada fitur yang telah disediakan. Kemudian, memberikan informasi yang jelas dan menyederhanakan proses transaksi.
4. Berdasarkan pada hasil penelitian ini, diketahui bahwa pada variabel *behavioral intention* masih terdapat responden yang tidak memilih dan menjadikan ShopeePay sebagai metode pembayaran *online* utama dalam bertransaksi dan merekomendasikan ShopeePay kepada orang lain dalam bertransaksi. Hal tersebut berdasarkan pada indikator *loyalty to company* dan *propensity to switch* seperti adanya biaya admin dan potongan biaya saat transaksi yang cukup tinggi dan belum terpenuhinya kebutuhan dan keinginan

pengguna saat bertransaksi menggunakan ShopeePay. Oleh karena itu, terdapat beberapa saran yang dapat dilakukan oleh ShopeePay dalam meningkatkan niat berperilaku bagi pengguna dalam bertransaksi menggunakan ShopeePay, yaitu sebagai berikut.

- a. ShopeePay perlu melakukan evaluasi terkait pengadaan biaya admin yang relatif lebih rendah dan disesuaikan dengan keuntungan yang didapatkan oleh pengguna yang bertujuan untuk meningkatkan niat berperilaku pengguna dalam bertransaksi melalui ShopeePay.
- b. ShopeePay perlu mengembangkan fitur yang dapat mempercepat proses transaksi atau menawarkan program khusus bagi pengguna aktif ShopeePay dengan memberikan berbagai keuntungan, seperti promo, *cashback*, diskon khusus, dan lain-lain yang bertujuan untuk meningkatkan niat berperilaku pengguna dalam bertransaksi melalui ShopeePay.

4.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Berikut ini merupakan beberapa saran yang perlu diperhatikan oleh peneliti selanjutnya untuk dapat melakukan penelitian yang lebih baik dan luas, yaitu sebagai berikut.

1. Dalam penelitian selanjutnya, peneliti lainnya dapat menambahkan atau memperbarui variabel lainnya, seperti *perceived usefulness*, *perceived security*, dan lainnya. Hal tersebut bertujuan untuk dapat memberikan penjelasan yang lebih spesifik dan memperluas penjelasan terkait variabilitas terhadap variabel-variabel yang terdapat pada penelitian ini.

2. Dalam penelitian selanjutnya, peneliti lainnya dapat melakukan penelitian dengan subjek dan objek penelitian yang lebih luas untuk dapat mengetahui persepsi responden secara luas dan kompleks tidak hanya pada pengguna ShopeePay di kalangan generasi milenial dan z di Jakarta.
3. Pada penelitian ini ditemukan bahwa variabel *Trust* tidak dapat memediasi pengaruh antara *Perceived Risk* terhadap *Behavioral Intention* maka peneliti selanjutnya dapat dilakukan penelitian ulang yang lebih kompleks pada objek penelitian yang berbeda. Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui apakah variabel *Trust* dapat memediasi dan seberapa besar pengaruhnya terhadap hubungan antara variabel *Perceived Risk* terhadap *Behavioral Intention*.

Dengan demikian, berdasarkan beberapa saran di atas diharapkan dapat diterima dengan baik oleh pihak yang dituju. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan niat berperilaku atau *behavioral intention* masyarakat dalam menggunakan ShopeePay sebagai salah satu metode pembayaran *online* dalam bertransaksi. Selain itu, bertujuan untuk memberikan arahan bagi peneliti selanjutnya agar dapat memberikan hasil penelitian yang lebih baik pada penelitian selanjutnya.