

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN IMPLIKASI**

#### **A. Simpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi preferensi Generasi Z dalam mengadopsi layanan bank digital, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui analisis regresi linear berganda. Terdapat empat variabel independen yang diuji, yaitu kemudahan penggunaan, keamanan, keuntungan finansial, dan fleksibilitas layanan. Berdasarkan hasil pengujian pada taraf signifikansi 5%, diperoleh bahwa hanya variabel keuntungan finansial dan fleksibilitas layanan yang memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi adopsi layanan bank digital. Sementara itu, kemudahan penggunaan dan keamanan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Namun demikian, seluruh variabel independen memiliki koefisien beta bernilai positif, yang menunjukkan arah hubungan yang positif terhadap preferensi penggunaan layanan bank digital. Penjelasan lebih rinci terkait hasil temuan ini disampaikan dalam bagian berikut:

1. Hasil uji t terhadap variabel kemudahan penggunaan menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 1,156 lebih kecil dari t tabel sebesar 1,985, dan nilai signifikansi sebesar 0,251 yang lebih besar dari batas signifikansi 0,05. Berdasarkan kriteria tersebut, dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap preferensi adopsi layanan bank digital. Temuan ini mengindikasikan bahwa

meskipun layanan bank digital dinilai mudah digunakan, hal tersebut belum cukup memengaruhi preferensi adopsi di kalangan Generasi Z di jabodetabek. Salah satu penyebabnya adalah karena mereka tumbuh di lingkungan serba digital, sehingga penggunaan aplikasi bank digital sudah menjadi bagian dari rutinitas sehari-hari. Semakin terbiasa Generasi Z dengan teknologi, semakin kecil kemungkinan mereka menganggap kemudahan penggunaan sebagai faktor penentu utama.

2. Variabel keamanan menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 0,464 lebih kecil dari t tabel sebesar 1,985, dan nilai signifikansi sebesar 0,644, yang jauh di atas ambang batas 0,05. Dengan demikian, hipotesis bahwa Keamanan tidak berpengaruh signifikan secara positif terhadap preferensi adopsi diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa keamanan tidak lagi dianggap sebagai nilai pembeda oleh Generasi Z. Mereka cenderung menganggap fitur keamanan sebagai sesuatu yang sudah seharusnya tersedia dalam setiap layanan digital. Semakin dianggap sebagai standar minimum, maka semakin kecil pula peran keamanan dalam memengaruhi keputusan adopsi. Di samping itu, kurangnya informasi mengenai fitur keamanan yang telah digunakan dan seberapa efektif fitur tersebut juga dapat menjadi alasan mengapa aspek ini kurang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan.
3. Variabel keuntungan finansial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi adopsi layanan bank digital. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 2,729 lebih besar dari t tabel sebesar 1,985,

serta memiliki nilai signifikansi sebesar 0,008, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, keuntungan finansial terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap preferensi adopsi layanan bank digital oleh Generasi Z di Jabodetabek. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi responden terhadap keuntungan finansial yang ditawarkan, seperti diskon, *cashback*, bebas biaya admin, atau bunga tabungan yang menarik, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk mengadopsi layanan bank digital.

4. Hasil uji t terhadap variabel fleksibilitas layanan menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 4,006 lebih besar dari t tabel sebesar 1,985, serta memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari batas signifikansi 0,05. Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa fleksibilitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan secara parsial terhadap preferensi adopsi layanan bank digital oleh Generasi Z di Jabodetabek. Temuan ini menunjukkan bahwa fleksibilitas layanan, seperti kemudahan akses kapan saja dan di mana saja, integrasi dengan berbagai platform, serta kemampuan mengelola keuangan secara mandiri, merupakan faktor penting dalam menarik minat Generasi Z. Semakin fleksibel suatu layanan bank digital, maka semakin besar pula kecenderungan Generasi Z untuk mengadopsi dan terus menggunakan layanan tersebut, sesuai dengan karakter mereka yang dinamis, *mobile*, dan akrab dengan teknologi.

## B. Implikasi

Berdasarkan temuan penelitian ini, telah dilakukan pengujian terhadap empat variabel independen, yakni kemudahan penggunaan, keamanan, keuntungan finansial, dan fleksibilitas, yang diarahkan pada variabel dependen berupa preferensi Generasi Z dalam mengadopsi layanan bank digital. Hasil analisis menunjukkan bahwa hanya variabel keuntungan finansial dan fleksibilitas yang berpengaruh secara signifikan. Oleh sebab itu, peneliti merumuskan sejumlah saran sebagai berikut:

- a. Bank digital disarankan untuk melakukan edukasi secara konsisten untuk membedakan antara layanan bank digital dan *mobile banking*, karena masih banyak Generasi Z di Jabodetabek yang belum memahami perbedaannya. Edukasi ini penting agar persepsi terhadap layanan bank digital semakin terbentuk dengan jelas, sehingga penggunaannya dapat meningkat dan mampu menyaingi dominasi bank konvensional dalam ekosistem keuangan digital.
- b. Untuk meningkatkan persepsi terhadap kemudahan penggunaan, penyedia layanan bank digital disarankan untuk mengembangkan fitur *QRIS* tanpa login. Fitur ini memungkinkan pengguna melakukan pembayaran hanya dengan memindai kode *QR*, tanpa perlu masuk terlebih dahulu ke aplikasi, sehingga mempercepat proses transaksi dan mengurangi hambatan teknis, terutama dalam situasi mendesak atau saat koneksi internet tidak stabil. Selain itu, untuk memperkuat persepsi kemudahan, aplikasi juga perlu dioptimalkan agar kompatibel dengan perangkat berspesifikasi rendah.

Aplikasi yang ringan dan tetap berjalan dengan lancar di berbagai jenis perangkat akan membuat pengguna merasa lebih nyaman dan terbantu dalam mengakses layanan kapan saja dan di mana saja. Dengan menyediakan akses cepat terhadap transaksi melalui *QRIS* tanpa login serta memastikan kompatibilitas aplikasi di berbagai perangkat, dan menawarkan rekomendasi yang relevan secara otomatis, bank digital dapat meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan, sekaligus mendorong peningkatan minat adopsi dan loyalitas pengguna secara lebih luas dan inklusif.

- c. Meskipun variabel keamanan tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara statistik terhadap preferensi adopsi layanan bank digital oleh Generasi Z, aspek ini tetap menjadi faktor dasar yang krusial dalam membangun kepercayaan dan keberlanjutan penggunaan. Oleh karena itu, penyedia layanan bank digital disarankan untuk terus meningkatkan perlindungan data pengguna, termasuk melalui sistem enkripsi *end-to-end*, otentikasi ganda (*two-factor authentication*), dan notifikasi real-time untuk setiap aktivitas mencurigakan. Selain penguatan sistem teknis, bank digital juga perlu memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami kepada pengguna terkait fitur keamanan yang tersedia serta cara menjaga keamanan akun mereka secara mandiri. Generasi Z yang tumbuh di era digital umumnya melek teknologi, namun tetap perlu diyakinkan bahwa keamanan data dan transaksi mereka terjamin, terutama mengingat maraknya kasus penipuan digital dan kebocoran data. Dengan menjaga

dan meningkatkan standar keamanan, meskipun tidak menjadi faktor pendorong utama dalam adopsi, bank digital dapat menciptakan rasa aman yang berkelanjutan, yang pada gilirannya mendukung retensi dan loyalitas pengguna dalam jangka panjang.

- d. Bank digital disarankan untuk terus menjadikan penawaran keuntungan finansial sebagai bagian inti dari strategi pemasarannya secara lebih masif dan strategis. Meskipun bentuk keuntungan seperti *cashback*, bebas biaya transfer dan administrasi, promo *merchant*, serta suku bunga yang kompetitif sudah banyak diterapkan, efektivitasnya masih perlu ditingkatkan dengan pengemasan yang lebih jelas, menarik, dan mudah dipahami. Hal ini penting mengingat Generasi Z sangat responsif terhadap layanan yang menawarkan nilai nyata dan efisiensi. Untuk memperkuat dampaknya, informasi promo harus disampaikan secara transparan guna membangun kepercayaan dan mencegah persepsi kesalahpahaman. Bank digital juga disarankan untuk menghadirkan fitur rekomendasi produk finansial yang dipersonalisasi, berdasarkan riwayat transaksi, kebiasaan penggunaan, atau profil keuangan pengguna. Rekomendasi ini dapat berupa penawaran produk tabungan, investasi, atau pinjaman yang sesuai kebutuhan, sehingga memudahkan pengguna dalam mengambil keputusan finansial tanpa harus mencari secara manual. Dengan meningkatkan intensitas dan cakupan kampanye promosi finansial secara konsisten dan tersegmentasi, bank digital dapat lebih efektif dalam mendorong adopsi, kepuasan, dan loyalitas pengguna Generasi Z dalam jangka panjang.

e. Bank digital disarankan untuk terus meningkatkan fleksibilitas layanannya, guna menjawab kebutuhan Generasi Z yang menuntut layanan yang serba cepat, adaptif, dan personal. Fleksibilitas ini dapat diwujudkan melalui integrasi fitur pembayaran berbasis teknologi *Near Field Communication* (NFC) yang memungkinkan transaksi hanya dengan mendekatkan perangkat ke mesin pembayaran, tanpa perlu membuka aplikasi atau memasukkan PIN. Selain itu, penyediaan produk *Virtual Credit Card* (VCC) menjadi nilai tambah penting, khususnya untuk keperluan transaksi daring yang aman dan fleksibel, termasuk untuk langganan layanan digital atau pembayaran internasional. Fitur ini memungkinkan pengguna memiliki kontrol lebih terhadap limit, masa berlaku, dan jenis transaksi yang dapat dilakukan. Bank digital juga perlu menawarkan kustomisasi tampilan aplikasi, seperti tata letak menu dan *shortcut* fitur yang sering digunakan, serta menyertakan fitur *split bill* yang memungkinkan pengguna membagi tagihan secara otomatis dengan teman atau keluarga. Fitur ini sangat relevan bagi Generasi Z yang sering melakukan aktivitas kolektif seperti makan bersama atau patungan dalam bertransaksi digital. Lebih jauh, ketersediaan layanan yang instan, stabil, dan responsif, baik dari sisi aplikasi *mobile* maupun dukungan pelanggan, perlu menjadi prioritas utama. Hal ini mencakup waktu *loading* aplikasi yang cepat, *uptime* server yang tinggi, serta layanan bantuan yang mudah diakses melalui *live chat*, *virtual assistant*, maupun media sosial. Dengan memastikan fleksibilitas layanan secara menyeluruh, bank digital dapat

meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pengguna, serta memperkuat daya saingnya di tengah persaingan ekosistem keuangan digital.

### C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, salah satunya terletak pada distribusi sampel yang kurang merata di wilayah Jabodetabek. Meskipun responden berasal dari kawasan Jabodetabek secara keseluruhan, sebagian besar sampel terkonsentrasi pada area tertentu seperti Bekasi dan Jakarta, sementara wilayah lain seperti Bogor, Depok, dan Tangerang relatif kurang terwakili. Selain itu, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebanyak 100 responden, dinilai masih terbatas untuk menggambarkan keragaman karakteristik Generasi Z di wilayah metropolitan yang kompleks seperti Jabodetabek. Ketidakseimbangan dan keterbatasan jumlah sampel ini dapat memengaruhi generalisasi temuan, karena faktor-faktor seperti kondisi sosial ekonomi, tingkat literasi digital, dan preferensi terhadap layanan keuangan digital dapat bervariasi antar wilayah. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan teknik sampling yang lebih proporsional dan memperluas jumlah responden agar representasi geografis dan demografis lebih seimbang, sehingga hasil yang diperoleh dapat mencerminkan kondisi populasi Generasi Z di seluruh wilayah Jabodetabek secara lebih akurat.

Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti *brand image* (citra merek) dan pengaruh teman sebaya, karena faktor-faktor tersebut berpotensi memengaruhi keputusan Generasi Z dalam

menggunakan layanan bank digital. Mengingat karakteristik Generasi Z sebagai *digital native* yang sangat dekat dengan teknologi, penelitian lanjutan juga dapat mempertimbangkan variabel-variabel yang lebih relevan dengan gaya hidup dan preferensi mereka, seperti *perceived coolness* (persepsi bahwa aplikasi terlihat keren dan menarik), *digital habit* (kebiasaan menggunakan layanan digital secara rutin), dan *social media influence* (pengaruh media sosial terhadap persepsi dan keputusan) juga penting untuk dikaji guna memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi adopsi layanan bank digital oleh Generasi Z. Dengan memperluas cakupan variabel, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggali lebih dalam dinamika perilaku konsumen digital secara lebih akurat dan kontekstual.

