

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap 140 responden dengan karakteristik yang berdomisili di wilayah JABODETABEK, dengan kategori pembagian usia Gen Z (18-27 tahun) dan Gen Milenial (28-39 tahun) yang merupakan pengguna layanan *paylater*. Pada penelitian yang diselenggarakan, menerapkan pemakaian teori Technology Acceptance Model (TAM) dengan menerapkan pemakaian enam variabel diantaranya empat variabel independent yakni *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived risk*, *financial literacy*, kemudian untuk variabel dependen adalah *intention to reuse* dan juga variabel *attitude toward using* sebagai variabel mediasi. Teknis analisis data yang dipakai pada penelitian ini yakni menerapkan model *Structural Equation Modeling Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan didukung oleh software SmartPLS 4.0 untuk mengolah data penelitian. Setelah melakukan tahapan analisis dan beberapa uji untuk menganalisis pengaruh antara konstruk dalam suatu model dan menguji hipotesis yang terkait dengan pengaruh tersebut, dapat ditarik beberapa kesimpulan pada penelitian ini meliputi:

1. Dikemukakan hasil uji hipotesis pertama bahwa *perceived usefulness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *attitude toward using paylater*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis **diterima**. Artinya, hal tersebut menjelaskan bahwa Semakin pengguna merasa bahwa *paylater* bermanfaat seperti memudahkan pembayaran. Memberikan fleksibilitas dan mengurangi beban keuangan, semakin positif pula sikap mereka terhadap penggunaan layanan tersebut.
2. Dikemukakan hasil uji hipotesis kedua, yaitu *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using paylater*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis **diterima**. Artinya, hal tersebut menjelaskan bahwa semakin pengguna merasa

bahwa menggunakan layanan *spaylater* mudah seperti proses pendaftaran yang sederhana dan mininya hambatan teknis maka semakin positif pula sikap pengguna terhadap layanan tersebut.

3. Dikemukakan hasil uji hipotesis ketiga, yaitu *perceived risk* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using paylater*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis **diterima**. Artinya, hal ini menjelaskan bahwa semakin pengguna merasa risiko seperti keterlambatan pembayaran, resiko keamanan data, atau resiko kelebihan utang dalam menggunakan layanan *spaylater* semakin rendah, maka akan semakin positif pula sikap mereka terhadap penggunaan layanan ini.
4. Dikemukakan hasil uji hipotesis keempat, yaitu *financial literacy* memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap *attitude toward using paylater*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis **ditolak**. Artinya, hal ini menjelaskan bahwa meskipun *financial literacy* penting, faktor lain seperti persepsi tentang manfaat dan risiko lebih dominan dalam mempengaruhi *attitude toward using spaylater*.
5. Dikemukakan hasil uji hipotesis kelima, yaitu *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to reuse paylater*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis **diterima**. Artinya, hal ini menjelaskan bahwa pentingnya *perceived usefulness* dalam mempengaruhi keputusan pengguna untuk memanfaatkan kembali layanan seperti *spaylater*.
6. Dikemukakan hasil uji hipotesis keenam, yaitu *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap *intention to reuse paylater*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis **ditolak**. Artinya, hal ini menjelaskan bahwa meskipun *perceived ease of use* merupakan hal yang penting dalam mendukung *intention to reuse paylater*, tetapi faktor lain seperti *perceived usefulness* memiliki faktor yang lebih dominan dalam mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan kembali layanan *spaylater*.

7. Dikemukakan hasil uji hipotesis ketujuh, yaitu *perceived risk* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to reuse paylater*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis **diterima**. Artinya, hal ini menjelaskan bahwa semakin pengguna merasakan bahwa risiko dalam menggunakan layanan *spaylater* semakin rendah, maka semakin tinggi pula *intention to reuse* pengguna terhadap *intention to reuse spaylater*.
8. Dikemukakan hasil uji hipotesis kedelapan yaitu *attitude toward using* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to reuse paylater*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis **diterima**. Artinya, hal ini menjelaskan bahwa semakin positif *attitude toward using spaylater*, maka akan semakin tinggi pula niat mereka untuk menggunakan kembali layanan ini di masa depan. Sikap positif terhadap layanan dan pengalaman yang memuaskan dapat memotivasi pengguna untuk tetap menggunakan kembali layanan tersebut.
9. Dikemukakan hasil uji hipotesis kesembilan yaitu *financial literacy* memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap *intention to reuse* melalui *attitude toward using*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis **ditolak**. Artinya, hal ini menjelaskan bahwa *financial literacy* bukan faktor utama yang mempengaruhi *intention to reuse paylater*, melalui *attitude toward using* dan juga hubungan antara *financial literacy* terhadap *attitude toward using* tidak diterima, hal ini menyatakan bahwa semakin tinggi pengetahuan *financial literacy* pengguna maka *intention to reuse* dalam menggunakan *spaylater* akan berkurang, karena pengetahuan tentang keuangan yang pengguna tersebut miliki.
10. Dikemukakan hasil hipotesis kesepuluh yaitu *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap *intention to reuse* melalui *attitude toward using*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis **ditolak**. Artinya, hal ini menjelaskan bahwa *perceived usefulness* bukan faktor utama yang mempengaruhi *attitude toward using* melalui *attitude toward using* dan juga hubungan antara *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif tanpa melalui *attitude toward using*.

5.2 Saran

Saran yang dapat disampaikan oleh penulis berdasarkan penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

5.2.1 Bagi Mahasiswa

1. Mahasiswa perlu menyadari implikasi finansial dari penggunaan *paylater*. Mereka memahami dengan baik biaya dan bunga yang dihasilkan jika menggunakan layanan tersebut. Dengan pemahaman literasi yang baik maka mahasiswa dapat mengambil keputusan yang lebih bijaksana dalam menggunakan *paylater* saat dalam keadaan mendesak saja dan sanggup untuk melunasi sisa pembayaran dan juga bunga setiap bulannya.
2. Mahasiswa perlu mengembangkan sikap kritis dalam penggunaan *paylater*. Dimana pengguna harus memikirkan apakah penggunaan layanan tersebut benar-benar diperlukan atau mereka memiliki kemampuan lain untuk berinvestasi dan menabung lalu memberi sesuatu dikemudian hari.
3. Mahasiswa perlu mempertahankan kemampuan literasi khususnya mengenai hutang piutang agar mereka dapat mengelola keuangan dengan baik.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Menggunakan model penelitian TAM atau penelitian lainnya untuk melakukan penelitian ulang mengenai variabel *perceived ease of use* dikarenakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *intention to reuse*.
2. Penelitian selanjutnya yang menggunakan variabel Financial Literacy, untuk melakukan peninjauan kembali terhadap variabel tersebut karena dalam penelitian terbukti tidak berpengaruh secara signifikan.

3. Peneliti selanjutnya untuk melakukan peninjauan dan analisis terkait variabel mediasi yang ada di penelitian ini, karena terbukti tidak berpengaruh secara signifikan.
4. Penelitian selanjutnya dapat memperluas dan menambahkan variabel lain, yang berhubungan dengan variabel

5.3 Keterbatasan Dalam Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti sudah berusaha semaksimal mungkin mengikuti prosedur yang telah ditentukan untuk mendapatkan hasil yang diharapkan, Tetapi peneliti sadar masih memiliki kekurangan dan keterbatasan pada penelitian yang diselenggarakan, yaitu:

1. Pada penelitian ini menggunakan populasi selain masyarakat JABODETABEK, tetapi untuk pembagian responden tidak merata dikarenakan masih didominasi oleh wilayah Jakarta
2. Pada penelitian ini menggunakan objek penelitian Generasi Z dan Generasi milenial, tetapi untuk pembagian responden tidak merata dikarenakan masih didominasi oleh kategori Generasi Z

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*