

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Menurut hasil uji penelitian serta pembahasan yang dilaksanakan sebelumnya terkait dengan Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Dana pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Negeri Jakarta melalui kuesioner yang pengumpulannya dilakukan dengan google form yang memiliki total partisipan sebanyak 150 sampel dengan olah data menggunakan aplikasi SPSS 25, dan kesimpulan yang diperoleh antara lain:

1. Ditemukan pengaruh yang positif dan signifikan antara kepercayaan pada loyalitas pengguna aplikasi Dana pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
2. Ditemukan pengaruh yang positif dan signifikan antara kemudahan penggunaan pada loyalitas pengguna aplikasi Dana pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
3. Ditemukan pengaruh simultan antara kepercayaan dan kemudahan penggunaan pada loyalitas pengguna aplikasi Dana pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Negeri Jakarta.

5.2 Implikasi

Menurut dari hasil uji dan pembahasan sebelumnya maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi untuk sejumlah pihak, seperti di bawah ini:

5.2.1 Implikasi Teoritis

1. Penemuan ini memperkuat teori bahwa kepercayaan merupakan aspek yang dapat membangun loyalitas pengguna, khususnya dalam konteks layanan keuangan digital. Aplikasi Dana dapat menggunakan hasil ini untuk terus meningkatkan faktor-faktor yang mendukung kepercayaan pengguna, seperti transparansi, keamanan, dan layanan berkualitas tinggi, untuk menciptakan pengguna yang loyal. Di sisi lain, temuan ini juga menambah literatur terkait hubungan antara kepercayaan dan loyalitas dalam ekosistem digital. Hal ini linear dengan riset terdahulu yang juga mendukung adanya korelasi yang positif dan signifikan antara kepercayaan (X1) dengan loyalitas (Y), diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Gultom (2020) Hasil penelitiannya mengindikasikan bahwasanya kepercayaan pelanggan menimbulkan pengaruh positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan Hotel berbintang di Kota Medan. Hal ini juga linear dengan riset yang dilaksanakan oleh Ginting & Setiawan (2018) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna. Penelitian dari Lubis (2023) juga menyatakan hal yang sama yaitu mengindikasikan bahwasanya variabel kepercayaan menimbulkan pengaruh positif serta signifikan pada loyalitas konsumen.
2. Penemuan ini memperkuat teori bahwa kemudahan penggunaan berkontribusi secara signifikan terhadap loyalitas pengguna dalam konteks layanan berbasis teknologi. Dalam praktiknya, penyedia layanan seperti aplikasi Dana perlu memastikan desain aplikasi yang sederhana, ramah pengguna, dan efisien guna menciptakan pengalaman pengguna yang positif, menaikkan tingkat kepuasan, dan mempertahankan loyalitas pengguna. Hal ini sesuai dengan n dengan hasil dari uji penelitian sebelumnya yang juga memberikan dukungan akan adanya relasi yang positif serta signifikan antara kemudahan penggunaan (X2) pada loyalitas (Y), Pada penelitian dari Setiawan & Irawan (2024), mengindikasikan bahwasanya kemudahan penggunaan yang dirasakan menimbulkan dampak pada terhadap loyalitas pelanggan. Pengaruh yang diindikasikan oleh koefisien regresi bersifat positif, berarti bahwa semakin tinggi kemudahan penggunaan yang dirasakan, semakin meningkat pula loyalitas pelanggan. Hal ini linear dengan

studi yang dilaksanakan oleh Suryatenggara & Dahlan (2022) yang mengindikasikan bahwasanya Kemudahan Penggunaan menimbulkan pengaruh pada Kepuasan dan Loyalitas. Hasil yang sama juga ditunjukkan pada penelitian Lubis & Sitorus (2023) temuan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas konsumen Maxim di Kota Batam.

3. Penemuan ini memperkuat teori bahwa secara simultan kedua faktor ini saling melengkapi dalam menciptakan pengalaman yang baik bagi pengguna, sehingga meningkatkan loyalitas mereka. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya penyedia layanan digital untuk secara konsisten membangun kepercayaan dan memastikan kemudahan dalam penggunaan aplikasi sebagai strategi utama untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pengguna. Hal ini sesuai dengan dengan penelitian dari Jannah (2021) yang meneliti terkait Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Konsumen Berbelanja Di Shopee menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh signifikan secara simultan variabel kepercayaan dan kemudahan terhadap loyalitas konsumen dalam berbelanja online. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lubis & Sitorus (2023) Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak kenyamanan, keamanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Maxim di Kota Batam. Hasil uji hipotesis mengindikasikan bahwa ketiga variabel tersebut, baik secara individual maupun bersama-sama, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat loyalitas pelanggan.

5.2.2 Implikasi Praktis

1. Pada variabel kepercayaan, terdapat 4 indikator yang mencakup 12 pernyataan. Berdasarkan data yang diperoleh, pada skala 6 (Sangat Setuju), butir pernyataan nomor 6, yaitu “ Aplikasi Dana tersedia dalam bahasa yang saya gunakan sehari-hari”, memperoleh total 84 responden yang memilihnya. Hal ini mengindikasikan bahwasanya sebagian besar mahasiswa di Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Negeri Jakarta menunjukkan bahwa mereka sangat setuju atau merasa puas dengan kenyataan bahwa aplikasi tersebut menggunakan bahasa yang mereka pahami dengan baik.. Oleh karena itu, pernyataan ini dianggap relevan dan dapat

dipertahankan. Sedangkan pada pengukuran arah negatif dengan skala Deskripsi data Item tidak setuju (TS) berada pada pertanyaan nomor 5 dengan total responden yang memilih sebanyak 9 orang dengan butir pernyataan “Saya dapat mengandalkan Aplikasi Dana untuk melindungi Uang saya” mengindikasikan bahwasanya sebagian responden cenderung tidak setuju, sehingga item pertanyaan ini dapat dikaji lebih mendalam pada studi berikutnya. Mengingat adanya kekhawatiran yang ditunjukkan oleh sebagian responden terkait dengan kemampuan aplikasi Dana dalam melindungi uang mereka, perlu adanya perhatian lebih pada aspek keamanan aplikasi. Ketidaksetujuan terhadap pernyataan “Saya dapat mengandalkan Aplikasi Dana untuk melindungi Uang saya” menunjukkan adanya potensi risiko yang dirasakan oleh pengguna terkait dengan perlindungan dana mereka. Oleh karena itu, pengelolaan dan peningkatan sistem keamanan aplikasi menjadi hal yang sangat penting untuk menciptakan rasa aman dan nyaman bagi pengguna dalam melakukan transaksi melalui aplikasi Dana.

2. Pada variabel loyalitas, terdapat 3 indikator yang mencakup 7 pernyataan. Berdasarkan data yang diperoleh, pada skala 6 (Sangat Setuju), butir pernyataan nomor 3, yaitu “ Saya merasa puas dengan transaksi terakhir saya di Aplikasi Dana”, memperoleh total 51 responden yang memilihnya. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa di Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Negeri Jakarta sangat setuju dan merasa sangat puas dengan transaksi terakhir yang mereka lakukan menggunakan aplikasi Dana. Kepuasan ini dapat menjadi indikasi bahwa aplikasi Dana berhasil memenuhi harapan pengguna terkait pengalaman transaksi. Oleh karena itu, pernyataan ini dianggap relevan dan dapat dipertahankan. Sedangkan pada pengukuran arah negatif dengan skala 1 sangat tidak setuju (STS) terdapat pada butir pernyataan nomor 1 yang berbunyi “ Saya berencana untuk terus menggunakan Aplikasi Dana” dengan total responden yang memilih sebanyak 2 orang. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa tidak berencana untuk terus menggunakan aplikasi Dana di masa mendatang, oleh karena itu item pertanyaan ini bisa dikaji lebih mendalam pada penelitian berikutnya. Kekhawatiran yang muncul dari sebagian kecil responden yang

merasa tidak berencana untuk terus menggunakan aplikasi Dana menunjukkan adanya hal yang perlu diperbaiki. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun banyak pengguna yang merasa puas, ada segmen pengguna yang mungkin merasa kurang puas dengan pengalaman mereka. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi lebih dalam penyebab ketidakpuasan tersebut dan melakukan peningkatan yang relevan agar pengguna merasa lebih terdorong untuk tetap menggunakan aplikasi Dana dalam jangka panjang.

3. Pada variabel loyalitas, terdapat 3 indikator yang mencakup 7 pernyataan. Berdasarkan data yang diperoleh, pada skala 6 (Sangat Setuju), butir pernyataan nomor 3, yaitu “ Saya merasa puas dengan transaksi terakhir saya di Aplikasi Dana”, memperoleh total 51 responden yang memilihnya. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa di Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Negeri Jakarta sangat setuju dan merasa sangat puas dengan transaksi terakhir yang mereka lakukan menggunakan aplikasi Dana. Kepuasan ini dapat menjadi indikasi bahwa aplikasi Dana berhasil memenuhi harapan pengguna terkait pengalaman transaksi. Oleh karena itu, pernyataan ini dianggap relevan dan dapat dipertahankan, sedangkan pada pengukuran arah negatif dengan skala 1 sangat tidak setuju (STS) terdapat pada butir pernyataan nomor 1 yang berbunyi “ Saya berencana untuk terus menggunakan Aplikasi Dana” dengan total responden yang memilih sebanyak 2 orang. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa tidak berencana untuk terus menggunakan aplikasi Dana di masa mendatang, oleh karena itu item pertanyaan ini bisa dikaji lebih mendalam pada penelitian berikutnya. Temuan adanya responden yang tidak berniat untuk terus menggunakan aplikasi Dana memberikan petunjuk tentang hal yang mungkin perlu diperbaiki atau ditingkatkan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun banyak pengguna yang loyal, ada segmen kecil yang merasa kurang puas. Oleh karena itu, untuk menjaga dan meningkatkan loyalitas, perlu adanya upaya untuk menggali lebih dalam alasan ketidakpuasan tersebut dan melakukan pembaruan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna di masa mendatang.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, upaya maksimal telah dilakukan oleh peneliti. Namun, disadari bahwa studi ini tetap memiliki batasan dan kekurangan yang tidak terhindarkan. Adapun beberapa keterbatasan yang melekat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Lingkup responden terbatas, Penelitian ini hanya dilaksanakan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Negeri Jakarta. Hal ini menjadikan hasil penelitian kurang dapat digeneralisasi bagi populasi yang lebih luas, seperti pengguna aplikasi Dana dari berbagai latar belakang pendidikan, pekerjaan, atau wilayah lainnya.
2. Penelitian ini mempergunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, dengan demikian data yang diperoleh bersifat terukur dan terbatas pada jawaban kuesioner. Pendekatan kualitatif, seperti wawancara mendalam, dapat memberikan pemahaman yang lebih kaya terkait alasan di balik loyalitas pengguna.
3. Keterbatasan waktu dan tenaga yang dimiliki peneliti yang menjadikan penelitian ini hanya berfokus pada dua variabel independen, yaitu kepercayaan dan kemudahan penggunaan, terhadap loyalitas pengguna. Variabel lain yang mungkin juga memengaruhi loyalitas pengguna.

5.4 Rekomendasi Penelitian Selanjutnya

1. Diharapkan pada penelitian selanjutnya, untuk meningkatkan generalisasi hasil penelitian, disarankan untuk memperluas cakupan responden dengan melibatkan pengguna aplikasi Dana dari berbagai latar belakang pendidikan, pekerjaan, dan wilayah. Hal ini akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai sejumlah faktor yang memengaruhi loyalitas pengguna aplikasi Dana di masyarakat yang lebih luas.
2. Diharapkan pada penelitian selanjutnya, selain menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian berikutnya sebaiknya mempertimbangkan untuk menggabungkan pendekatan kualitatif, seperti wawancara mendalam atau focus group discussion (FGD). Dengan metode ini, peneliti dapat menggali lebih dalam

mengenai persepsi, pengalaman, dan alasan pengguna dalam menentukan loyalitas mereka terhadap aplikasi, yang dapat memberikan wawasan yang lebih kaya dan mendalam.

3. Diharapkan pada penelitian selanjutnya, untuk memperoleh gambaran yang lebih holistik mengenai sejumlah faktor yang menimbulkan pengaruh pada loyalitas pengguna, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas, seperti kepuasan pengguna, fitur aplikasi, kualitas layanan pelanggan, atau pengaruh sosial. Hal ini akan memberikan pemahaman yang lebih lengkap dan bermanfaat untuk meningkatkan aplikasi Dana di masa mendatang.

