

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Berperilaku melalui Persepsi Kegunaan sebagai variabel mediasi pada pengguna QRIS konsumen fore coffee dipatiukur, maka peneliti mendapatkan kesimpulan dari hasil tersebut sebagai berikut :

1. Tanggapan para responden mengenai persepsi kemudahan penggunaan (X) dengan indikator *easy to learn, easy to understand, effortless, dan easy to use*. Mengenai hal tersebut dari hasil skor pengolahan data menunjukkan bahwa indikator yang mendapatkan skor terendah ada pada indikator *easy to learn* pada pertanyaan saya mampu untuk mempelajari penggunaan qris, hal ini disebabkan karena konsumen fore masih belum terbiasa menggunakan qris sebagai metode pembayaran mereka.
2. Tanggapan para responden mengenai niat berperilaku (Y) dengan indikator niat menggunakan dimasa mendatang, niat selalu menggunakan sistem dalam kehidupan sehari hari, dan rencana untuk menggunakan suatu sistem sesering mungkin. Mengenai hal tersebut dari hasil skor pengolahan data menunjukkan bahwa indikator yang mendapatkan skor terendah ada pada indikator rencana untuk menggunakan suatu sistem sesering mungkin pada pertanyaan saya yakin akan menggunakan QRIS sebagai pilihan utama saat bertransaksi

sesering mungkin, hal ini disebabkan karena kebiasaan sebagian konsumen yang masih menggunakan metode pembayaran lain selain qris dan juga masih belum merata ketersediaannya di berbagai tempat.

3. Tanggapan para responden mengenai persepsi kegunaan (Z) dengan indikator *work quickly, useful, effectiveness, easier, dan performance*. Mengenai hal tersebut dari hasil skor pengolahan data menunjukkan bahwa indikator yang mendapatkan skor terendah ada pada indikator *easier* pada pertanyaan saya yakin bahwa menggunakan qris sangatlah mudah. Hal ini disebabkan adanya pilihan metode pembayaran lain yang sama kemudahannya dan konsumen belum menjadikan qris sebagai metode pembayaran utama.
4. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap Niat Berperilaku dalam penggunaan QRIS dikarenakan Hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan dan niat berperilaku memiliki implikasi penting dalam desain teknologi dan strategi pemasaran. Membuat teknologi lebih mudah digunakan dan mempromosikan pandangan positif tentang kemudahan penggunaan dapat meningkatkan adopsi teknologi dan perilaku yang diinginkan, seperti mengunduh aplikasi, berlangganan layanan, atau melakukan pembelian online. Oleh karena itu, desainer dan pemasar sering berfokus pada menciptakan pengalaman pengguna yang intuitif dan mengurangi hambatan dalam penggunaan teknologi.

5. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan dalam penggunaan QRIS, Ketika pengguna merasa bahwa menggunakan suatu produk atau layanan itu mudah, hal ini dapat meningkatkan persepsi mereka terhadap kegunaan produk atau layanan tersebut. Dalam banyak kasus, pengguna yang merasa mudah dalam menggunakan suatu teknologi cenderung melihatnya sebagai alat yang lebih berguna karena mereka tidak merasa terhambat oleh kesulitan penggunaan.
6. Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap Niat Berperilaku dalam penggunaan QRIS dikarenakan hubungan antara persepsi kegunaan dan niat berperilaku penting dalam desain teknologi, pemasaran, dan strategi penerimaan teknologi. Membangun persepsi yang positif tentang manfaat teknologi, menyoroti kegunaannya, dan menunjukkan bagaimana teknologi tersebut dapat memenuhi kebutuhan pengguna adalah langkah-langkah yang dapat meningkatkan adopsi teknologi dan niat pengguna untuk menggunakannya.
7. Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku melalui persepsi kegunaan sebagai variabel mediasi dalam penggunaan QRIS adanya faktor-faktor lain diluar variabel tersebut yang membuat hasil tersebut tidak berpengaruh signifikan. Pengalaman penggunaan para pengguna qris sebelumnya pernah menggunakan metode pembayaran lain yang serupa dari tingkat kemudahan, fungsional, keamanan dan manfaat yang dirasakan mungkin

berperan dalam membentuk niat berperilaku. Dan juga banyak beranggapan bahwa penggunaan QRIS ini masih termasuk hal yang baru dalam metode pembayaran.

5.2 Saran

Adapun saran pada penelitian ini yaitu :

1. Pada variabel persepsi kemudahan penggunaan (x) yang harus diberikan fokus perhatian adalah indikator *easy to learn*, sebagai pengguna qris harus mampu mempelajari penggunaannya dengan baik, dan juga dari sistem QRIS harus mampu mengembangkan tampilan yang lebih baik lagi agar para penggunanya merasa lebih termudahkan dengan perkembangan tersebut.
2. Pada variabel niat berperilaku indikator yang memiliki skor terendah yaitu niat menggunakan suatu sistem sesering mungkin, *fore coffee* yang menyediakan metode pembayaran qris harus bisa memastikan bahwa qris dapat diakses dengan mudah di berbagai tempat transaksi, baik itu toko fisik maupun toko online. Semakin mudah aksesnya semakin besar juga niat konsumen menggunakan metode pembayaran qris.
3. Pada variabel persepsi kegunaan yang memiliki skor terendah yaitu ada pada indikator *easier* dengan pertanyaan *saya yakin bahwa menggunakan qris sangatlah mudah*, penyedia layanan qris harus membuat penggunaannya lebih mudah lagi agar para penggunanya

merasa terbantu, dan agar konsumen terus menggunakan qris pada setiap transaksinya.

4. Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention konsumen pada Fitur *QRIS*. Sehingga, untuk saat ini, pihak *QRIS* harus bisa terus mengembagkan nilai manfaat yang ditawarkan kepada konsumen *QRIS* itu sendiri.
5. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku pada Fitur *QRIS*. Sehingga pada masa mendatang, pihak perusahaan harus terus berinovasi pada konten-konten fitur *QRIS* agar niat konsumen untuk selalu menggunakan qris semakin meningkat.
6. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk variabel persepsi kegunaan dengan ruang lingkup objek responden penelitian yang berbeda, dan juga dengan indikator pengukur yang berbeda, agar dapat benar-benar menjadi referensi dan mengkaji apakah dengan meningkatkan persepsi kegunaan pada fitur *QRIS*, niat konsumen untuk selalu menggunakan qris semakin bertambah baik,
7. Variabel persepsi kemudahan penggunaan juga dapat digunakan lagi agar dapat lebih meyakinkan pada ruang lingkup responden yang berbeda seperti diluar kota bandung, guna melihat hasil apakah dengan membuat tampilan konten-konten pada fitur *QRIS* lebih baik, dan mudah untuk di gunakan mampu meningkatkan minat pengguna.