

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dalam penelitian ini mengenai "Kesadaran Privasi Data dan Kepercayaan Pengguna Aplikasi SeaBank Menggunakan *Protection Motivation Theory*", dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. *Perceived Vulnerability* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun pengguna merasa rentan terhadap ancaman keamanan atau kebocoran data, hal tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap niat pengguna dalam menggunakan aplikasi SeaBank. Salah satu alasan yang mungkin menjelaskan hasil ini adalah tingkat kepercayaan pengguna terhadap sistem keamanan aplikasi yang dianggap sudah cukup andal.
2. *Perceived Severity* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun pengguna menyadari tingkat keparahan risiko yang mungkin terjadi, faktor ini tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi SeaBank. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat yang diperoleh dari penggunaan aplikasi lebih dominan dibandingkan dengan kekhawatiran terhadap risiko keamanan.
3. *Privacy Concern* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*. Meskipun pengguna memiliki kekhawatiran terhadap keamanan data pribadi pengguna, faktor ini tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pengguna dalam menggunakan aplikasi SeaBank. Hal ini dapat disebabkan oleh kebiasaan pengguna dalam membagikan data pribadinya dalam layanan keuangan digital serta kenyamanan dalam menggunakan aplikasi.
4. *Response Efficacy* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun pengguna mengetahui adanya langkah-langkah keamanan yang tersedia, keyakinan terhadap efektivitas langkah-langkah tersebut tidak mempengaruhi keputusan pengguna dalam menggunakan aplikasi. Salah satu alasan yang mungkin adalah ketergantungan pengguna terhadap sistem keamanan yang telah disediakan oleh aplikasi SeaBank.
5. *Self-Efficacy* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*. Keyakinan diri pengguna dalam menghadapi ancaman keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat pengguna dalam menggunakan aplikasi SeaBank.

Kemungkinan besar, pengguna lebih percaya pada mekanisme keamanan yang telah diterapkan oleh aplikasi, sehingga pengguna merasa tidak perlu mengambil tindakan perlindungan tambahan.

6. *Response Cost* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya yang harus dikeluarkan atau usaha yang diperlukan untuk menjaga keamanan akun tidak mempengaruhi niat pengguna dalam menggunakan aplikasi SeaBank. Hal ini dapat dijelaskan dengan asumsi bahwa pengguna tidak merasa terganggu oleh prosedur keamanan yang diterapkan dalam aplikasi perbankan digital.
7. *Trust* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan pengguna terhadap aplikasi SeaBank memiliki pengaruh signifikan terhadap niat pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi. Kepercayaan ini mencerminkan persepsi pengguna terhadap kompetensi, integritas, dan niat baik penyedia layanan dalam menjaga keamanan dan privasi data pengguna. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna, semakin besar kemungkinan pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi SeaBank.

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa dalam konteks aplikasi

SeaBank, faktor kepercayaan (*trust*) merupakan faktor utama yang mempengaruhi keputusan pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi, sementara faktor-faktor lain seperti *perceived vulnerability*, *perceived severity*, *privacy concern*, *response efficacy*, *self-efficacy*, dan *response cost* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat pengguna. Oleh karena itu, pihak pengembang aplikasi SeaBank perlu meningkatkan transparansi kebijakan privasi serta meningkatkan kepercayaan pengguna dengan menyediakan layanan yang lebih aman dan terpercaya untuk meningkatkan loyalitas pengguna terhadap aplikasi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Kesadaran Privasi Data dan Kepercayaan Pengguna di Aplikasi SeaBank Menggunakan *Protection Motivation Theory*, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan baik untuk pengembangan penelitian selanjutnya maupun bagi praktisi di industri perbankan digital.

Saran Akademik

1. Penambahan Variabel Moderator atau Mediator Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel seperti *perceived habit* atau *perceived risk* untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor

yang mempengaruhi niat pengguna dalam menggunakan layanan perbankan digital.

2. Perluasan Konteks Penelitian Studi ini berfokus pada aplikasi SeaBank. Penelitian mendatang dapat memperluas objek penelitian ke aplikasi perbankan digital lainnya, seperti Jago, Blu, atau Bank Neo Commerce, guna melihat apakah hasil penelitian ini berlaku secara lebih luas dalam industri perbankan digital di Indonesia.
3. Analisis Perbedaan Demografis Penelitian ini belum menganalisis perbedaan perilaku berdasarkan faktor demografis seperti usia, tingkat pendidikan, atau pengalaman dalam menggunakan layanan perbankan digital. Studi selanjutnya dapat mengeksplorasi apakah terdapat perbedaan sikap dan niat penggunaan berdasarkan karakteristik demografis pengguna.

Saran Praktis

1. Peningkatan keamanan dan transparansi data karena *trust* merupakan faktor utama yang berpengaruh terhadap niat pengguna, SeaBank perlu meningkatkan transparansi dalam kebijakan perlindungan data serta memperkuat sistem keamanan untuk meningkatkan kepercayaan pengguna. Hal ini dapat dilakukan dengan menyediakan informasi *real-time* tentang langkah-langkah perlindungan data dan peningkatan sistem *enkripsi*.
2. Edukasi dan Literasi Keamanan Digital Hasil penelitian menunjukkan bahwa *privacy concern* dan *response efficacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan, yang mengindikasikan rendahnya kesadaran pengguna tentang pentingnya perlindungan privasi. Oleh karena itu, SeaBank perlu mengedukasi pengguna mengenai keamanan digital melalui kampanye literasi keuangan dan perlindungan data pribadi.
3. Meningkatkan Kepuasan dan Kenyamanan Pengguna Untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah pengguna, SeaBank dapat mengoptimalkan pengalaman pengguna dengan desain antarmuka yang lebih intuitif, peningkatan kecepatan transaksi, serta integrasi fitur keamanan yang tetap mempertahankan kenyamanan pengguna dalam bertransaksi.
4. Strategi Peningkatan Kepercayaan Mengingat bahwa kepercayaan adalah faktor utama dalam keputusan pengguna untuk tetap menggunakan SeaBank, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan dengan:
 - Memperkuat reputasi merek melalui transparansi kebijakan keamanan data.

- Memberikan layanan pelanggan yang responsif dan solutif dalam menangani keluhan.
- Menggunakan teknologi keamanan yang lebih canggih, seperti otentikasi biometrik (*Face ID/Fingerprint*) dan sistem deteksi penipuan berbasis AI.

Saran-saran ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penelitian di masa depan serta membantu pengembang aplikasi perbankan digital dalam meningkatkan keamanan dan kepercayaan pengguna guna mendukung pertumbuhan industri perbankan digital yang lebih aman dan andal.