

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Kemudahan Penggunaan (X_1) dan Intensitas Promosi (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan QRIS BNI Wondr (Y) di kalangan mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. Temuan ini sesuai jika dikaji menggunakan kerangka kerja *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bagaimana individu menerima dan menggunakan teknologi terbaru dalam hal ini sejalan dengan dua faktor utama yang mempengaruhi niat individu untuk menggunakan teknologi QRIS untuk mempermudah dan meningkatkan efisiensi.

PU (*Perceived Usefulness*) merujuk pada sejauh mana individu percaya bahwa teknologi dapat membantu meningkatkan kinerjanya dalam hal ini mahasiswa akuntansi UPN Veteran Jawa Timur dapat lebih mudah menggunakan teknologi dengan hanya membuka aplikasi perbankan BNI Wondr dan kemudian melakukan scan QR untuk pembayaran selanjutnya PEOU (*Perceived Ease of Use*) membahas mengenai kepercayaan individu bahwa untuk menggunakan teknologi tersebut tidak lagi membutuhkan banyak *effort* dimana lingkungan mahasiswa mengkondisikan mahasiswa itu sendiri untuk menggunakan kemudahan bertransaksi sehingga mahasiswa percaya bahwa dengan menggunakan metode baru mereka akan mengikuti perkembangan zaman dan memanfaatkan berbagai macam keunggulan perbankan itu

sendiri seperti diskon, promosi, cashback dengan bertransaksi menggunakan QRIS BNI Wondr

Keterkaitan antara teori AIDA dengan hasil penelitian ini dapat digambarkan melalui bagaimana mahasiswa memproses suatu pengambilan keputusan untuk melakukan pembayaran digital menggunakan BNI Wondr. *Attention* bertujuan untuk menarik perhatian mahasiswa dalam hal ini mahasiswa tertarik dengan fitur yang dimiliki oleh BNI Wondr. Setelah memusatkan perhatian mahasiswa tertarik (*interest*) untuk mengetahui lebih lanjut mengenai promosi, diskon, dan cashback dengan mencari tahu syarat dan ketentuan penggunaan di promo tersebut, kemudian mahasiswa akan memunculkan *Desire* atau keinginan menggunakan fitur tersebut yang berujung dengan *Action* atau tindakan dimana mahasiswa memutuskan untuk menggunakan dan berlangganan fitur yang ditawarkan oleh BNI Wondr.

Penelitian ini memberikan kontribusi praktis dengan menunjukkan bahwa pihak penyedia layanan seperti BNI perlu memastikan kemudahan akses dalam penggunaan QRIS dan secara konsisten menjalankan strategi promosi yang menarik dan tepat sasaran. Hal ini menjadi langkah penting untuk meningkatkan minat, membentuk kebiasaan, serta memperluas jangkauan penggunaan QRIS di kalangan mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital. Untuk pengembangan penelitian selanjutnya, disarankan agar cakupan responden diperluas hingga mencakup universitas negeri lainnya di Surabaya serta menambahkan variabel moderasi untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang dapat memperkuat hubungan antara variabel bebas dan terikat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif terhadap pemahaman bahwa kemudahan penggunaan dan intensitas promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan QRIS BNI Wondr. Pihak penyedia layanan keuangan seperti BNI dapat mempertimbangkan dua aspek ini dalam merancang strategi pengembangan layanan QRIS secara lebih optimal.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi BNI Wondr dalam meningkatkan kualitas layanan, khususnya dalam aspek penyederhanaan akses dan efektivitas promosi kepada kalangan mahasiswa, dengan memanfaatkan media digital yang edukatif dan menarik.
3. Peneliti menyarankan agar penyedia layanan QRIS terus mengembangkan fitur-fitur yang memudahkan pengguna serta mempertahankan frekuensi dan kualitas promosi seperti *cashback* dan diskon untuk meningkatkan loyalitas mahasiswa sebagai pengguna aktif.
4. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memperluas lokasi penelitian, misalnya dengan melibatkan mahasiswa dari universitas negeri di Kota Surabaya yang memiliki Program Studi Akuntansi, agar hasil penelitian lebih akurat karena mencakup populasi dan sampel yang lebih beragam.
5. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan variasi variabel

penelitian, seperti variabel moderasi, contohnya tingkat pengalaman magang mahasiswa, untuk mengetahui apakah pengalaman tersebut dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh antara variabel independen dan dependen.

6. Diharapkan pada penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan software statistik lain seperti SmartPLS, yang memungkinkan pengujian model struktural dan analisis variabel laten secara lebih kompleks dan menyeluruh.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan dengan sebaik mungkin dan mengacu pada prosedur ilmiah yang berlaku. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kendala teknis yang tidak dapat dihindari, yaitu:

1. Pengumpulan data dilakukan secara daring melalui Google Form, yang membuat peneliti tidak memiliki kesempatan untuk melakukan interaksi langsung dengan responden. Kondisi ini menyulitkan peneliti untuk memastikan keadaan objektif responden secara menyeluruh. Namun demikian, data yang diperoleh telah diolah dan dianalisis secara sistematis untuk menghasilkan temuan yang representatif terhadap objek penelitian.
2. Responden dalam penelitian ini terbatas pada mahasiswa Program Studi Akuntansi UPN Veteran Jawa Timur. Keterbatasan cakupan ini memungkinkan hasil penelitian belum sepenuhnya mewakili karakteristik mahasiswa dari program studi atau institusi lain yang mungkin memiliki kebiasaan dan preferensi transaksi digital yang berbeda.

5.4 Implikasi

5.4.1 Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi yang penting secara praktis maupun teoritis dalam pengembangan layanan keuangan digital, khususnya QRIS BNI Wondr. Ditemukannya pengaruh positif dan signifikan antara kemudahan penggunaan serta intensitas promosi terhadap minat mahasiswa menunjukkan bahwa aspek teknis dan strategi pemasaran memiliki peran besar dalam mendorong adopsi teknologi pembayaran digital. Beberapa implikasi yang dapat dijadikan acuan adalah sebagai berikut:

1. Bagi BNI sebagai Penyedia Layanan QRIS BNI Wondr, penelitian ini memberikan masukan bagi pihak BNI untuk terus menyempurnakan layanan QRIS, khususnya dalam hal kemudahan penggunaan. Antarmuka aplikasi perlu didesain secara sederhana, cepat diakses, dan dilengkapi panduan yang jelas agar sesuai dengan karakteristik pengguna muda seperti mahasiswa. Selain itu, strategi promosi seperti pemberian *cashback*, diskon, serta kerja sama dengan *merchant* populer di kalangan mahasiswa sebaiknya diperkuat secara rutin dan tepat sasaran guna meningkatkan loyalitas pengguna.
2. Bagi Mahasiswa Akuntansi, temuan ini diharapkan dapat mendorong mahasiswa akuntansi untuk lebih aktif memanfaatkan teknologi keuangan dalam kehidupan sehari-hari. QRIS sebagai alat pembayaran digital yang praktis dapat mendukung efisiensi keuangan pribadi. Mahasiswa juga diharapkan menjadi pelopor dalam menyebarkan pemanfaatan transaksi

digital, baik di lingkungan kampus maupun dalam masyarakat umum sebagai bagian dari literasi keuangan yang lebih luas.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan referensi awal bagi kajian lebih lanjut mengenai perilaku penggunaan layanan keuangan digital. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas populasi responden, baik lintas program studi maupun perguruan tinggi, agar memperoleh hasil yang lebih generalis. Selain itu, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kepercayaan, persepsi risiko, keamanan, atau literasi digital untuk memperdalam pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi minat dan adopsi teknologi pembayaran digital.

5.4.2 Implikasi Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini memperkuat konsep dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), di mana kemudahan penggunaan terbukti meningkatkan minat penggunaan suatu teknologi. Selain itu, hasil ini juga mendukung relevansi teori *AIDA* dalam konteks layanan digital, bahwa promosi yang dirancang secara efektif mampu mendorong proses dari ketertarikan hingga penggunaan aktual.

Kontribusi penelitian ini terletak pada penambahan wawasan dalam studi-studi sebelumnya mengenai pemanfaatan teknologi keuangan oleh mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda. Dengan menguji dua variabel secara simultan, penelitian ini membuka peluang untuk mengembangkan model analisis yang lebih kompleks di masa depan, misalnya dengan menambahkan

variabel mediasi seperti persepsi manfaat atau moderasi seperti jenis kelamin dan tingkat literasi digital.