

BAB V

PENUTUP

U. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *financial anxiety*, persepsi risiko, dan pengalaman transaksi terhadap keputusan konsumen menggunakan QRIS di Kota Cirebon, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Financial anxiety* berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan QRIS di Kota Cirebon. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat *financial anxiety* yang dimiliki konsumen memengaruhi cara mereka dalam mengambil keputusan penggunaan QRIS. Semakin tinggi atau rendahnya *financial anxiety* akan berdampak pada keyakinan dan keberanian konsumen dalam menggunakan metode pembayaran digital.
2. Persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan QRIS di Kota Cirebon. Artinya, semakin tinggi atau rendah risiko yang dirasakan oleh konsumen terkait keamanan, privasi, maupun kemungkinan kesalahan transaksi, maka tidak akan memengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital.
3. Pengalaman transaksi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan QRIS di Kota Cirebon. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman transaksi sebelumnya belum menjadi faktor utama yang menentukan keputusan penggunaan QRIS, meskipun secara arah pengaruh menunjukkan kecenderungan positif.
4. Secara simultan, *financial anxiety*, persepsi risiko, dan pengalaman transaksi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan QRIS di Kota Cirebon. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama tetap memiliki peran dalam membentuk keputusan konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital.

V. Implikasi

1. Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penggunaan QRIS di Kota Cirebon, ditemukan bahwa *financial anxiety* berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen, sedangkan persepsi risiko dan pengalaman transaksi tidak berpengaruh secara parsial. Temuan ini sejalan dengan Theory of Planned Behavior yang dikemukakan oleh Icek Ajzen, yang menyatakan bahwa faktor internal seperti kondisi psikologis individu dapat memengaruhi niat dan perilaku seseorang dalam mengambil keputusan. Dalam hal ini, *financial anxiety* mencerminkan aspek psikologis yang memengaruhi keyakinan konsumen dalam menggunakan teknologi pembayaran digital.

Di sisi lain, tidak signifikkannya persepsi risiko dan pengalaman transaksi menunjukkan bahwa dalam konteks penggunaan QRIS, kedua variabel tersebut belum menjadi pertimbangan utama bagi konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat kemungkinan pergeseran perilaku konsumen, di mana penggunaan teknologi pembayaran digital sudah dianggap sebagai kebutuhan sehingga faktor risiko dan pengalaman sebelumnya menjadi kurang dominan. Meskipun demikian, hasil pengujian secara simultan yang signifikan tetap menunjukkan bahwa ketiga variabel secara bersama-sama berkontribusi dalam menjelaskan keputusan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya memperkuat teori yang ada, tetapi juga memberikan tambahan wawasan empiris terkait dinamika perilaku konsumen dalam penggunaan sistem pembayaran digital.

2. Implikasi Praktis

Secara praktis, hasil penelitian mengenai penggunaan QRIS di Kota Cirebon menunjukkan bahwa *financial anxiety* menjadi faktor yang perlu mendapatkan perhatian utama karena terbukti berpengaruh signifikan

terhadap keputusan konsumen. Oleh karena itu, penyedia layanan dan pihak terkait disarankan untuk mengurangi tingkat kecemasan finansial konsumen melalui peningkatan edukasi mengenai penggunaan QRIS, penyampaian informasi yang transparan terkait biaya dan prosedur transaksi, serta penguatan jaminan keamanan agar konsumen merasa lebih percaya dan nyaman dalam bertransaksi.

Di sisi lain, persepsi risiko yang tidak berpengaruh signifikan mengindikasikan bahwa konsumen tidak menjadikan faktor risiko sebagai pertimbangan utama dalam penggunaan QRIS. Meskipun demikian, aspek keamanan tetap perlu dipertahankan dan ditingkatkan secara konsisten guna menjaga kepercayaan konsumen dalam jangka panjang. Sementara itu, tidak signifikannya pengalaman transaksi menunjukkan bahwa keputusan penggunaan QRIS tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya, sehingga penyedia layanan tidak hanya berfokus pada peningkatan pengalaman pengguna, tetapi juga perlu memperhatikan aspek lain seperti kemudahan, kecepatan, dan kepraktisan dalam penggunaan.

Secara keseluruhan, karena *financial anxiety*, persepsi risiko, dan pengalaman transaksi terbukti berpengaruh secara simultan, maka strategi peningkatan penggunaan QRIS sebaiknya dilakukan secara terpadu dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang dapat memengaruhi keputusan konsumen, sehingga dapat mendorong peningkatan penggunaan QRIS secara lebih optimal.

W. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi penyedia layanan QRIS (bank, fintech, dan penyelenggara sistem pembayaran)

Diharapkan dapat meningkatkan rasa aman dan kepercayaan pengguna dengan memperkuat sistem keamanan transaksi, memperjelas informasi terkait penggunaan QRIS, serta memberikan edukasi kepada masyarakat untuk mengurangi persepsi risiko dan *financial anxiety* dalam penggunaan layanan pembayaran digital.

2. Bagi pengguna atau masyarakat Kota Cirebon

Diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan literasi keuangan digital agar lebih percaya diri dalam menggunakan QRIS. Dengan pemahaman yang baik, pengguna dapat mengurangi kecemasan finansial dan lebih bijak dalam memanfaatkan teknologi pembayaran digital.

3. Bagi penelitian selanjutnya

Disarankan untuk menambahkan variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini seperti kepercayaan (trust), literasi keuangan, gaya hidup digital, atau pengaruh sosial agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan QRIS. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan metode kualitatif atau mixed methods untuk menggali fenomena secara lebih mendalam.

4. Bagi institusi pendidikan dan akademisi

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan dalam kajian perilaku konsumen terhadap teknologi pembayaran digital, khususnya dalam perspektif *financial anxiety*, persepsi risiko, dan pengalaman transaksi.

X. Sistematika penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini bertujuan untuk memberikan kemudahan, pemahaman dan memberikan gambaran umum pada pembaca tentang penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi dan Batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Pada bab yang terdiri dari pemaparan kajian pustaka yang melandasi penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, perumusan masalah dan pengajuan hipotesis.

BAB III Metode Penelitian

Pada bab ini berisi tentang metodologi penelitian yang dilakukan oleh penulis agar sistematis yang terdiri dari waktu penelitian, jenis penelitian, definisi operasional, varabel penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini berisikan analisa data yang diperoleh berdasarkan objek penelitian, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V Penutup

Pada bab ini berisikan ringkasan hasil penelitian dan saran yang diberikan mengenai penelitian. Kesimpulan dapat menyajikan permasalahan yang ditemukan dalam penelitian dan hasil yang analisis obyektif. Sedangkan, saran mencakup solusi untuk

mengatasi permasalahan dan kelemahan yang ada. Saran-saran tersebut ditujukan khusus untuk ruang lingkup penelitian.