

BAB VI

SIMPULAN IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

6.1. Simpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis sebelumnya, kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Gambaran Tingkat *Mindfulness Technology Adoption*, *Trustworthy financial well-being*, *Technology selfefficacy*, *Social Influence*, *habit*, *Satisfaction*, *Continuance usage*.
 - a. Gambaran Tingkat *Mindfulness Technology Adoption* pada Shopee Paylater berada pada kategori cenderung tinggi, hal ini menunjukkan bahwa pengguna Shopee Paylater yang penuh *mindfulness* dalam menggunakan teknologi cenderung baik. Dimensi *technological novelty seeking* dan *awareness of low contact* memberikan kontribusi yang cukup rendah pada *mindfulness technology adoption*. Sedangkan dimensi *engagement with technologies* memberikan kontribusi yang cukup tinggi. Hal ini menunjukkan konsumen teknologi memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari mereka. Semakin tinggi tingkat keterlibatan dengan teknologi, semakin besar pengaruhnya terhadap preferensi, kebiasaan, dan keputusan konsumen. Adopsi Teknologi dengan Kesadaran Penuh (*Mindfulness Technology Adoption*) merupakan suatu konsep yang merepresentasikan tingkat kesadaran, perhatian, serta keterbukaan pengguna dalam mengadopsi teknologi baru. Dalam konteks layanan Shopee PayLater, tingkat adopsi teknologi dengan kesadaran penuh berada pada kategori relatif tinggi, yang mengindikasikan bahwa mayoritas pengguna menunjukkan sikap positif serta kesadaran yang tinggi dalam memanfaatkan layanan ini secara optimal.
 - b. Gambaran Tingkat *Trustworthy financial well-being* pada Shopee Paylater berada pada kategori cenderung tinggi, hal ini menunjukkan bahwa pengguna

Emi Amelia, 2025

MODEL MINDFULNESS TECHNOLOGY ADOPTION DALAM MENINGKATKAN CONTINUANCE USAGE PADA PAYLATER DI INDONESIA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Shopee Paylater memiliki kepercayaan untuk kesejahteraan keuangannya. Dimensi *Seller qualification* memberikan kontribusi yang cukup besar pada *Trustworthy financial well-being* akan tetapi dimensi *Being control (overall finance)* memberikan kontribusi cukup rendah. Reputasi Shopee yang luar biasa, yang mencakup keandalan sistem, keterbukaan, dan layanan pelanggan yang sangat baik, merupakan aspek penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen. Tingkat *Trustworthy Financial Well-Being* dalam layanan Shopee PayLater yang berada pada kategori cenderung tinggi mencerminkan tingginya tingkat kepercayaan pengguna terhadap kesejahteraan finansial mereka saat memanfaatkan layanan ini. Kepercayaan tersebut dipengaruhi oleh faktor *Seller Qualification*, yang menunjukkan bahwa kredibilitas serta kualifikasi penjual memiliki peran signifikan dalam meningkatkan keyakinan pengguna terhadap sistem Shopee PayLater. Namun, dimensi *Being in Control (Overall Finance)* memberikan kontribusi yang lebih rendah, yang mengindikasikan bahwa pengguna masih menghadapi kendala dalam mengelola kondisi keuangan mereka secara keseluruhan. Beberapa faktor yang menjadi perhatian utama meliputi keterbatasan dalam pengelolaan limit kredit serta risiko keterlambatan pembayaran yang dapat berdampak pada stabilitas finansial pengguna. Selain itu, reputasi Shopee sebagai platform e-commerce yang telah dikenal luas, transparansi dalam layanan, serta dukungan pelanggan yang responsif turut berperan dalam memperkuat kepercayaan pengguna terhadap Shopee PayLater. Oleh karena itu, diperlukan upaya lebih lanjut dalam meningkatkan literasi keuangan serta pengembangan fitur yang mendukung pengelolaan keuangan secara lebih efektif, guna membantu pengguna dalam mengontrol kondisi finansial mereka dan meningkatkan kepercayaan terhadap layanan kredit digital ini.

- c. Gambaran Tingkat dalam variabel *Technology selfefficacy* berada pada kategori cenderung tinggi. Hal ini menunjukkan pengguna Shopee Paylater

Merasa kompeten menggunakan Shopee Paylater, termasuk memahami cara

kerjanya, menavigasi, dan mengelola keuangan di platform. Dimensi *technical skill* memberikan kontribusi cukup rendah, sedangkan dimensi tertinggi yaitu *previous experience*. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman sebelumnya memiliki pengaruh besar terhadap keterlibatan konsumen dengan teknologi. Konsumen yang telah memiliki pengalaman positif cenderung lebih terbuka untuk menggunakan teknologi serupa di masa depan. Secara keseluruhan, tingkat *Technology Self-Efficacy* yang tergolong tinggi mencerminkan bahwa pengguna Shopee PayLater memiliki tingkat kepercayaan diri yang baik dalam memanfaatkan layanan tersebut, meskipun keterpaparan mereka terhadap layanan keuangan digital lainnya masih terbatas. Oleh karena itu, optimalisasi desain antarmuka pengguna (*User Interface/UI*) yang intuitif serta peningkatan kualitas layanan bantuan teknis menjadi faktor krusial dalam memperkuat pengalaman pengguna. Dengan perbaikan pada aspek tersebut, diharapkan adopsi layanan Shopee PayLater dapat meningkat secara signifikan di masa mendatang.

- d. Gambaran tingkat dalam variabel *Social Influence* berada pada kategori cenderung tinggi. Faktor sosial memainkan peran penting dalam menarik orang untuk mencoba layanan Shopee Paylater. Dimensi *conformity* memberikan kontribusi yang cukup besar sedangkan dimensi *expertise* memberikan kontribusi yang rendah. Ini berarti Pengguna Shopee Paylater sering kali terdorong untuk menggunakan layanan ini karena orang lain juga melakukannya, baik karena tren, rekomendasi, atau perasaan bahwa menggunakan Shopee Paylater adalah hal yang umum dan bermanfaat. Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor sosial memainkan peran krusial dalam mendorong adopsi layanan Shopee PayLater, dengan dimensi *conformity* sebagai faktor utama yang memengaruhi keputusan pengguna. Pengaruh dari lingkungan sosial, baik melalui tren, rekomendasi, maupun persepsi mengenai manfaat layanan, menjadi pendorong utama dibandingkan dengan pemahaman teknis yang mendalam terkait sistem keuangan digital. Rendahnya kontribusi dimensi

expertise menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna lebih mengandalkan pengalaman kolektif dibandingkan evaluasi rasional berbasis keahlian. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang berbasis sosial, seperti penggunaan testimoni, promosi melalui komunitas, serta pendekatan berbasis tren, dapat menjadi langkah yang efektif dalam meningkatkan tingkat adopsi Shopee PayLater di masa mendatang.

- e. Gambaran tingkat dalam variabel *habit* cenderung tinggi. Kebiasaan mengacu pada penggunaan layanan secara terus-menerus oleh pengguna untuk tujuan keuangan. Dimensi *durability* yang memberikan kontribusi yang tinggi sedangkan dimensi *intensity* memberikan kontribusi yang rendah. Hal ini menjelaskan bahwa Pengguna memilih untuk terus menggunakan layanan ini karena mereka merasa nyaman dan percaya dengan manfaat yang diberikan oleh Shopee Paylater.
- f. Gambaran tingkat *Satisfaction* cenderung tinggi. Dimensi *fulfilled expectation* memberikan kontribusi yang cukup besar sedangkan dimensi *using is a wise* memberikan kontribusi rendah. Hal ini menggambarkan bahwa Shopee Paylater memenuhi kebutuhan pengguna seperti kemudahan transaksi, fleksibilitas pembayaran, dan keuntungan finansial yang dapat diprediksi. Dengan demikian, meskipun Shopee PayLater telah berhasil membangun pengalaman yang mendukung loyalitas pengguna, diperlukan strategi yang lebih komprehensif untuk meningkatkan intensitas penggunaan layanan. Upaya ini dapat dilakukan melalui implementasi program insentif serta pengembangan fitur yang lebih adaptif dan fleksibel guna memperkuat keterlibatan pengguna dalam jangka panjang.
- g. Gambaran tingkat *Continuance usage* cenderung tinggi. Dimensi tertinggi yaitu *will use* dan dimensi terendah yaitu *frequency use*. Hal ini menunjukkan bahwa Pengguna percaya bahwa layanan ini memberikan manfaat yang sesuai dengan kebutuhan mereka, sehingga mereka ingin terus menggunakannya. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang terarah untuk meningkatkan frekuensi penggunaan layanan, seperti melalui optimalisasi

fitur, penyesuaian skema pembayaran, serta pemberian insentif yang relevan guna memperkuat keterlibatan pengguna secara lebih konsisten dan berkelanjutan.

2. *Mindfulness Technology Adoption* (MTA) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *satisfaction* melalui *Trustworthy financial well-being*. Semakin tinggi *Mindfulness Technology Adoption* (MTA) maka semakin tinggi jumlah penggunaan teknologi yang *mindful*, semakin besar *Trustworthy financial well-being*, yang berujung pada peningkatan *satisfaction*. Hal ini menunjukkan pengguna Shopee Paylater akan menggunakan layanan ini dengan lebih bijak, hanya jika benar-benar diperlukan. Kepercayaan terhadap kompetensi keuangan mereka (*Trustworthy Financial Well-being*) tumbuh karena individu merasa lebih bertanggung jawab dan aman secara finansial. Kepuasan pengguna Shopee Paylater Paylater tumbuh sebagai hasil dari reputasi layanan sebagai solusi yang nyaman dan aman untuk memenuhi kebutuhan finansial.
3. *Mindfulness Technology Adoption* (MTA) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *satisfaction* melalui *Technology Self efficacy*. Semakin tinggi *Mindfulness Technology Adoption* (MTA) berperan penting dalam mengembangkan efikasi diri terhadap teknologi (*Technology Self-Efficacy*), yang berdampak positif terhadap *satisfaction* pengguna. Ini menunjukkan bahwa pengguna lebih berhati-hati dalam menggunakan teknologi Shopee Paylater, hanya untuk kebutuhan yang benar-benar penting. *Technology Self-Efficacy* meningkat, mengindikasikan kepercayaan diri dalam mengendalikan fitur dan layanan teknologi. *Satisfaction* atau rasa puas terhadap layanan Shopee Paylater meningkat karena konsumen percaya bahwa layanan ini dapat membantu mereka mencapai kebutuhan finansial dengan mudah dan aman.
4. *Mindfulness Technology Adoption* (MTA) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *satisfaction* melalui *social influence*. Semakin tinggi *Mindfulness Technology Adoption* (MTA) maka pengguna lebih memperhatikan bagaimana mereka menggunakan teknologi, seperti Paylater,

Emi Amelia, 2025

MODEL MINDFULNESS TECHNOLOGY ADOPTION DALAM MENINGKATKAN CONTINUANCE USAGE PADA PAYLATER DI INDONESIA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

untuk memastikan bahwa pengalaman mereka dikelola dan dioptimalkan. *Social influence* pengguna tumbuh karena mereka memperhatikan, menerima dorongan dari, atau mengikuti dampak dari orang lain yang memberikan pengalaman layanan yang positif. *Satisfaction* atau rasa puas terhadap layanan *Paylater* tumbuh karena pengguna percaya bahwa mereka menggunakan layanan yang diterima secara sosial, relevan, dan memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna *Paylater* memiliki MTA yang tinggi yaitu menggunakan teknologi finansial dengan lebih bijaksana dan terencana. Pengguna dipengaruhi secara positif oleh lingkungan sosial mereka, baik melalui rekomendasi atau kasus penggunaan yang berhasil. Pengguna lebih puas karena mereka menganggap keputusan mereka untuk menggunakan *Paylater* relevan dengan kebutuhan mereka dan dapat diterima secara sosial.

5. *Mindfulness Technology Adoption* (MTA) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *satisfaction* melalui *habit*. Semakin tinggi *Mindfulness Technology Adoption* (MTA) maka semakin tinggi MTA, Pengguna lebih perhatian dan cerdas dalam mengadopsi teknologi seperti *Paylater*. Kebiasaan positif dalam mengelola layanan keuangan digital pun muncul, seperti penggunaan fitur yang terus-menerus dan manajemen pembayaran yang sering. *Satisfaction* meningkat karena perilaku ini membantu mereka dalam mencapai tujuan mereka, seperti mengelola keuangan dengan lebih mudah dan strategis.
6. *Mindfulness Technology Adoption* (MTA) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *satisfaction* dan *continuance usage* melalui *Trustworthy financial well-being*, *Technology Self-efficacy*, *Social influence*, dan *habit*. Pengguna dengan MTA tinggi memahami keuntungan, bahaya, dan fungsi teknologi, seperti layanan *Paylater*. Mereka menggunakan teknologi secara bijaksana dan etis. Pengguna memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi dalam situasi keuangan mereka karena teknologi meningkatkan stabilitas dan keamanan keuangan. Pengguna memiliki kepercayaan diri dalam kemampuan mereka untuk memahami dan menggunakan teknologi, sehingga mereka merasa nyaman dan kompeten ketika menggunakan fitur layanan. Pengguna

Emi Amelia, 2025

MODEL MINDFULNESS TECHNOLOGY ADOPTION DALAM MENINGKATKAN CONTINUANCE USAGE PADA PAYLATER DI INDONESIA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

terinspirasi oleh orang lain di sekitar mereka yang memberikan pengaruh yang baik, yang meningkatkan kepercayaan diri dan kenyamanan dengan teknologi Penggunaan teknologi yang bijaksana menumbuhkan kebiasaan positif, seperti manajemen keuangan yang konsisten dan tepat waktu Pengguna puas karena layanan teknologi memenuhi permintaan mereka dengan cara yang aman, efektif, dan relevan. *Satisfaction* yang dirasakan dan kebiasaan yang baik memotivasi pengguna untuk terus menggunakan layanan dalam jangka panjang.

6.2. Implikasi

Dari hasil penelitian ini, maka ditemukan implikasi sebagai berikut:

1. Berdasarkan temuan penelitian menunjukkan bahwa *continuance usage* berada pada kategori cenderung tinggi. Dimensi *frequency to use* memberikan skor terendah. Meskipun *continuance usage* kuat, skor yang rendah pada dimensi *frequency to use* mengindikasikan bahwa konsumen masih selektif dalam menggunakan layanan. Hal ini memberikan pilihan bagi pengelola layanan untuk merancang teknik yang dapat meningkatkan *frequency to use* serta mempertahankan *satisfaction* konsumen yang sudah ada.
2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat *trustworthy financial well-being* pada kategori cenderung tinggi. Dimensi *Being control (overall finance)* memberikan skor terendah. Meskipun *trustworthy financial well-being* pada umumnya tinggi, skor yang rendah pada dimensi *Being control (overall finance)* mengindikasikan bahwa orang-orang berusaha untuk mempertahankan kendali penuh atas dana mereka. Pengelola layanan *paylater* dapat membantu konsumen meningkatkan kendali ini dengan menyediakan informasi dan layanan yang mendorong pengelolaan keuangan yang lebih baik.
3. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat *technology self-efficacy* pada kategori cenderung tinggi. Dimensi *previous experience* memberikan skor terendah. Hal ini menunjukkan bahwa orang-orang baru mengenal teknologi dan memiliki pengalaman yang terbatas. Pengelola

layanan *paylater* dapat meningkatkan pengalaman pengguna dengan menawarkan edukasi, bantuan, dan fitur-fitur yang membantu mereka beradaptasi dan memaksimalkan penggunaan teknologi.

4. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat *social influence* pada kategori cenderung tinggi. Dimensi *expertise* memberikan skor terendah. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih terpengaruh oleh pengalaman orang-orang terdekat mereka (teman, keluarga, dan pengguna lain) daripada oleh para ahli atau profesional. Pengelola layanan *paylater* dapat memanfaatkan hal ini dengan menyoroti pengalaman pengguna yang positif dari orang-orang terdekat mereka dan memastikan bahwa layanan yang ditawarkan mudah didapat dan dipahami tanpa perlu keahlian khusus.
5. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat *habit* pada kategori cenderung tinggi. Dimensi *durability* memberikan skor terendah. Hal ini menunjukkan bahwa jika konsumen telah membentuk kebiasaan dalam memanfaatkan teknologi, mereka mungkin kurang yakin bahwa kebiasaan ini akan bertahan dalam jangka panjang. *Durability* yang rendah dapat mengindikasikan kekhawatiran tentang keberlanjutan layanan, baik karena stabilitas fitur, keamanan, atau ketergantungan jangka panjang pada teknologi yang digunakan. Pengelola layanan dapat membantu memperpanjang umur panjang *habit* pengguna dengan memastikan layanan yang mereka sediakan berkelanjutan dan relevan, serta mengembangkan hubungan jangka panjang dengan konsumen.

6.3 Rekomendasi

Berdasarkan penelitian tersebut, penelitian merekomendasikan hal-hal berikut:

1. Pengambil Keputusan/ Pemerintah
 - a) Regulasi yang Mendukung Teknologi Keuangan

Pemerintah dapat meningkatkan aturan fintech untuk memastikan bahwa layanan seperti Shopee Paylater transparan, aman, dan mudah diakses oleh

pengguna. Hal ini juga dapat membantu konsumen mendapatkan kepercayaan diri dalam kesejahteraan finansial mereka, yang dibuktikan dengan komponen Kesejahteraan Finansial yang Dapat Dipercaya, yang biasanya tinggi.

b) **Meningkatkan Literasi Keuangan Digital**

Program edukasi yang lebih komprehensif mengenai penggunaan teknologi finansial dan pengelolaan keuangan pribadi dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat akan *Technology Self-Efficacy* dan *Mindfulness Technology Adoption*. Hal ini juga penting agar masyarakat merasa lebih nyaman dan berpengetahuan saat menggunakan layanan keuangan seperti Shopee Paylater.

c) **Tata Kelola Praktik Keuangan Digital**

Pemerintah juga harus fokus pada undang-undang yang mengatur manajemen data pribadi dan perlindungan pengguna dalam transaksi keuangan untuk meningkatkan kepercayaan pengguna dan mendorong layanan yang lebih transparan.

2. **Pengelola Shopee Paylater**

a. Shopee Paylater dapat mempertahankan *continuance usage* pelanggan dengan memperkenalkan fitur-fitur baru dan peningkatan layanan secara teratur, karena pencarian kebaruan teknologi memainkan peran penting dalam Adopsi Teknologi *Mindfulness*. Hal ini juga dapat membantu konsumen mengembangkan kebiasaan untuk menggunakan layanan secara lebih teratur dan konsisten.

b. Untuk meningkatkan Efikasi Diri Teknologi, Shopee Paylater dapat menawarkan lebih banyak sumber daya pendidikan dan bantuan teknis, termasuk tutorial dan FAQ untuk pengguna baru.

c. Peningkatan layanan pelanggan yaitu mengingat pentingnya reputasi dalam memastikan kesejahteraan finansial yang dapat dipercaya, manajemen Shopee Paylater harus terus menjunjung tinggi reputasi positif dengan memberikan layanan pelanggan yang responsif dan resolusi yang cepat

untuk keluhan pengguna. Ini akan membantu membangun kepercayaan pengguna terhadap layanan.

- d. Skema loyalitas, seperti hadiah untuk transaksi reguler atau bonus untuk pelanggan Shopee Paylater yang sering, dapat meningkatkan frekuensi penggunaan dan mendorong peningkatan penggunaan. Mengingat niat pengguna untuk beralih yang rendah, layanan seperti ini dapat membantu mempertahankan klien dalam jangka panjang.

3. Pengguna

- a. Menggunakan Fitur Manajemen Keuangan Shopee Paylater: Manfaatkan manajemen anggaran dan opsi pembayaran untuk memaksimalkan pengalaman. Dengan tingkat Kesejahteraan Finansial Terpercaya yang tinggi, pelanggan dapat memperoleh manfaat dari kesederhanaan pembayaran dan fleksibilitas untuk mengelola uang mereka dengan lebih baik.
- b. Tingkatkan pengetahuan tentang teknologi finansial yaitu Untuk meningkatkan Kemanjuran Teknologi, pelanggan harus lebih memahami cara kerja layanan dan kemampuan baru yang tersedia melalui Shopee Paylater sehingga mereka dapat menggunakannya dengan lebih percaya diri. Berpartisipasi dalam program instruksional atau tutorial Shopee dapat membantu pengguna meningkatkan kemampuan mereka untuk menggunakan layanan ini.

4. Peneliti selanjutnya

- a. Penelitian dapat mengidentifikasi karakteristik yang berkontribusi pada rendahnya penggunaan Shopee Paylater, meskipun ada niat yang tinggi untuk terus menggunakan layanan ini. Penelitian tentang hambatan penggunaan atau dampak dari variabel eksternal, seperti promosi atau persyaratan keuangan yang mendesak, dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam kepada manajer layanan.
- b. Analisis berbagai kebutuhan pengguna

- c. Para peneliti dapat melakukan studi yang lebih mendalam untuk lebih memahami segmen pengguna yang berbeda, seperti usia, tingkat pendapatan, atau pengalaman dengan teknologi keuangan. Ini dapat membantu manajer Shopee Paylater menyesuaikan layanan dengan permintaan individu dari setiap segmen.
- d. Penelitian di masa depan dapat menilai bagaimana Shopee Paylater memengaruhi kestabilan keuangan pengguna dari waktu ke waktu.