

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh literasi digital, citra merek, dan kepercayaan terhadap keputusan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin menggunakan aplikasi Bank Digital, yang telah diuraikan dan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Literasi digital, citra merek, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin menggunakan aplikasi Bank Digital. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji F Nilai $F_{hitung} 20,648 >$ dari $F_{tabel} (20,648 > 2,72)$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
2. Literasi digital berpengaruh secara parsial terhadap keputusan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin menggunakan aplikasi Bank Digital. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji T pada literasi digital yaitu nilai T_{hitung} sebesar $1,996 > T_{tabel}$ yaitu $(1,996 > 1,991)$ dengan $sig 0,049 < 0,05$. Maka kesimpulannya literasi digital berpengaruh secara parsial bagi Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin terhadap keputusan penggunaan aplikasi Bank Digital.
3. Citra merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin menggunakan aplikasi Bank Digital. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji T pada citra merek

yaitu nilai T_{hitung} sebesar $2,494 > T_{tabel}$ yaitu ($2,494 > 1,991$) dengan sig $0,015 < 0,05$. Maka kesimpulannya Citra Merek berpengaruh secara parsial bagi Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin terhadap keputusan penggunaan aplikasi Bank Digital.

4. Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin menggunakan aplikasi Bank Digital. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji T pada kepercayaan yaitu nilai T_{hitung} sebesar $2,127 > T_{tabel}$ yaitu ($2,127 > 1,991$) dengan sig $0,037 < 0,05$. Maka kesimpulannya Kepercayaan berpengaruh secara parsial bagi Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin terhadap keputusan penggunaan aplikasi Bank Digital.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan Bank Digital penelitian ini dapat dipertimbangkan untuk membantu industri bank digital dalam mengembangkan rencana strategis untuk mempromosikan produk dan layanan perbankan digital dimasa mendatang.
2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan bisa meneliti lebih lanjut mengenai bank digital dengan menambah variabel-variabel seperti kualitas produk, harga, lokasi, promosi, pelayanan dan lainnya yang

belum termuat dalam penelitian ini serta memperluas wilayah penelitian.