

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berlandaskan pengkajian yang sudah dilakukan terhadap 211 sampel yang diuji mengenai faktor-faktor yang dapat memberikan pengaruh pada *intention to use e-wallet* Shopee Pay terhadap konsumen muda di DKI Jakarta menunjukkan bahwa mayoritas dari responden berusia 17-20 tahun, berjenis kelamin perempuan, dan mengeluarkan uang menggunakan *e-wallet* kurang dari Rp.500.000 per bulan. Selanjutnya, berlandaskan pengkajian data yang sudah dilaksanakan bisa diambil kesimpulannya yakni:

- a. Hipotesis satu (H₁) *social influence* mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan pada *perceived usefulness* diterima.
- b. Hipotesis dua (H₂) *social influence* mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan pada *perceived ease of use* diterima.
- c. Hipotesis tiga (H₃) *social influence* mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan pada *consumer trust* diterima.
- d. Hipotesis empat (H₄) *social influence* mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada *intention to use* diterima.
- e. Hipotesis lima (H₅) *perceived usefulness* mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada *intention to use* diterima.
- f. Hipotesis enam (H₆) *perceived ease of use* mempunyai positif dan signifikan pada *intention to use* diterima.

- g. Hipotesis tujuh (H₇) *consumer trust* mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada *intention to use* diterima.

Berdasarkan hal tersebut, menunjukkan bahwa dampak lingkungan sekitar baik teman, keluarga, lingkungan bergaul dapat mempengaruhi seseorang mengenai suatu layanan apakah bermanfaat, apakah mudah untuk digunakan, dan aman untuk digunakan. Sehingga, saat seseorang merasa layanan tersebut bermanfaat dan merasa layanan tersebut mudah untuk digunakan serta percaya bahwa layanan tersebut aman untuk dipakai sehingga dapat mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan layanan tersebut. Oleh karena itu, *e-wallet* Shopee Pay harus terus berinovasi untuk meningkatkan layanannya baik dari segi fungsionalitas, kemudahan penggunaan serta meningkatkan keamanannya untuk menjaga kepercayaan konsumen agar minat untuk menggunakan *e-wallet* Shopee Pay terus bertumbuh.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilaksanakan tersebut menunjukkan bahwasanya *intention to use e-wallet* Shopee Pay dipengaruhi oleh *social influence*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *consumer trust*. Oleh karenanya, agar niat masyarakat untuk menggunakan Shopee Pay dapat terus tumbuh maka terdapat hal-hal yang harus diperhatikan, diantaranya:

- a. Pada variabel *social influence* banyak yang menyatakan bahwa orang-orang sekitar memengaruhi seseorang agar menggunakan Shopee Pay untuk bertransaksi. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang cenderung

menggunakan suatu layanan jika layanan tersebut juga digunakan oleh lingkungan sekitarnya baik teman, keluarga, ataupun lingkungan tempat bergaul. Hal ini menunjukkan bahwa Shopee Pay harus terus berinovasi meningkatkan layanannya agar tetap eksis di masyarakat.

- b. Pada variabel *perceived usefulness* banyak yang menyatakan bahwa Shopee Pay memungkinkan penggunaan aplikasi yang lebih cepat dan layanan Shopee Pay merupakan cara pembayaran yang berguna. Hal ini menunjukkan bahwa fungsionalitas Shopee Pay memiliki reputasi yang baik sehingga, harus bisa mempertahankan atau meningkatkan layanan dari segi fungsionalitasnya. Begitu pun pada variabel *perceived ease of use* banyak yang menyatakan bahwa melakukan pembayaran dengan Shopee Pay akan mudah. Hal ini menunjukkan bahwa Shopee Pay harus terus mempertahankan atau meningkatkan layanannya dari segi kemudahan penggunaannya.
- c. Pada variabel *consumer trust* banyak yang menyatakan bahwa kepercayaan konsumen terhadap Shopee Pay memiliki kredibilitas yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa Shopee Pay harus terus meningkatkan keamanan layanannya untuk menjaga kepercayaan konsumen. Pada variabel *intention to use* banyak yang menyatakan bahwa akan menggunakan Shopee Pay untuk bertransaksi. Hal ini menunjukkan bahwa Shopee Pay harus terus berinovasi dalam meningkatkan layanannya baik dari segi fungsionalitas, kemudahan penggunaan, serta keamanannya agar niat masyarakat untuk menggunakan Shopee Pay dapat terus tumbuh.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Beralaskan pengalaman peneliti semasa melaksanakan penelitiannya ini, terdapat keterbatasan penelitian yang dialami oleh peneliti, diantaranya:

- a. Objek *e-wallet* hanya difokuskan pada satu *e-wallet* saja yakni Shopee Pay. Sedangkan, ada banyak *e-wallet* yang terdapat di Indonesia.
- b. Studi ini hanya ditujukan bagi pengguna dengan usia 17-30 tahun yang berdomisili di DKI Jakarta saja sehingga menimbulkan keterbatasan.

5.4 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil studi tersebut, peneliti memberikan beberapa saran untuk pihak yang berkaitan, yaitu:

- a. Bagi *e-wallet* Shopee Pay

Shopee Pay harus diharapkan bisa lebih meningkatkan sistem layanannya dengan memperhatikan hal-hal yang dapat menumbuhkan niat konsumen untuk menggunakan Shopee Pay. Faktor-faktor tersebut diantaranya dari segi manfaat atau fungsionalitasnya, kemudahan penggunaan layanannya, serta kredibilitasnya dalam menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan keamanan sistem dan perlindungan untuk konsumen supaya dapat terus menumbuhkan niat konsumen agar memakai layanan *e-wallet* Shopee Pay untuk bertransaksi.

- b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Studi berikutnya dianjurkan agar memperluas studi dengan penggunaan variabel lain *experience*, *word of mouth*, *promotion* dan

sebagainya. Kemudian, pada penelitian ini objek penelitiannya adalah *e-wallet* Shopee Pay dan populasinya merupakan konsumen muda di wilayah DKI Jakarta, maka untuk penelitian selanjutnya disarankan lebih dikembangkan lagi dengan menggunakan berbagai objek penelitian lainnya serta wilayah berbeda supaya memperoleh hasil yang berbeda.