

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur minat menggunakan ShopeePay. Penelitian ini dilakukan kepada 220 responden pengguna ShopeePay yang berusia 17 tahun ke atas dan berdomisili di DKI Jakarta. Penelitian ini memilih 4 variabel yaitu *perceived ease of use*, *perceived risk*, *trust*, dan *intention to use*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan 6 uji yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), uji kelayakan model, uji hipotesis, dan uji mediasi dengan *software* IBM SPSS 24 dan AMOS 24. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan pengujian hipotesis 1 (H_1), *perceived ease of use* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *trust* pada pengguna ShopeePay, artinya masyarakat DKI Jakarta menganggap bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh pengguna ShopeePay dapat menimbulkan kepercayaan penggunanya.
2. Berdasarkan pengujian hipotesis 2 (H_2), *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap *trust* pada pengguna ShopeePay, artinya masyarakat DKI Jakarta mungkin menyadari adanya risiko tertentu yang terkait dengan penggunaan ShopeePay, hal ini tidak secara signifikan memengaruhi tingkat kepercayaan mereka terhadap layanan tersebut.

3. Berdasarkan pengujian hipotesis 3 (H_3), *perceived ease of use* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *intention to use* pada pengguna ShopeePay, artinya apabila pengguna merasakan adanya kemudahan maka pengguna menjadi lebih memiliki keinginan untuk menggunakan sistem pembayaran digital ShopeePay secara terus menerus dan dapat mempengaruhi keputusan untuk menggunakan para penggunanya.
4. Berdasarkan pengujian hipotesis 4 (H_4), *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap *intention to use* pada pengguna ShopeePay, dengan adanya risiko tertentu terkait dengan ShopeePay, hal ini tidak menjadi faktor penentu utama dalam keputusan pengguna untuk menggunakan atau tidak menggunakan layanan tersebut.
5. Berdasarkan pengujian hipotesis 5 (H_5), *trust* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *intention to use* pada pengguna ShopeePay, artinya semakin tinggi kepercayaan yang dimiliki seseorang tentu akan dapat memengaruhi minat untuk pengambilan Keputusan dalam menggunakan sesuatu.
6. Berdasarkan pengujian hipotesis 6 (H_6), *trust* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *intention to use* melalui *trust* pada pengguna ShopeePay, artinya adanya variabel *trust* sebagai variabel *intervening* memperkuat hubungan antara *perceived ease of use* dan *intention to use*.
7. Berdasarkan pengujian hipotesis 7 (H_7), *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap *intention to use* melalui *trust* pada pengguna ShopeePay, artinya

adanya variabel *trust* sebagai variabel *intervening* tidak memengaruhi hubungan antara *perceived risk* dan *intention to use*.

5.2 Implikasi

5.2.1 Implikasi Teoretis

Adanya hasil penelitian ini berkontribusi pada pengembangan analisis mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan dan minat penggunaan dalam menggunakan ShopeePay sehingga dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi para pembacanya. Penelitian ini membuktikan bahwa adanya hubungan antara *perceived ease of use* dengan *trust*. Sementara, variabel *perceived risk* tidak memiliki pengaruh terhadap *trust*.

Masyarakat DKI Jakarta merasa bahwa dengan adanya ShopeePay sebagai dompet digital saat ini cukup memudahkan dalam melakukan transaksi. Adanya kemudahan yang dirasakan masyarakat DKI Jakarta pada saat menggunakan ShopeePay telah terbukti melalui hasil penelitian ini. Hal tersebut dikarenakan adanya prosedur penggunaan yang sederhana sehingga dapat mudah dimengerti dan dipelajari oleh semua kalangan. Serta, dengan adanya kemudahan pula proses pembayaran menjadi lebih cepat dan efektif sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam menggunakan ShopeePay. Oleh karena itu, para pengguna ShopeePay di DKI Jakarta

Memartabatkan Bangsa

menganggap bahwa persepsi kemudahan penggunaan dapat memengaruhi kepercayaan.

Selain itu, *trust* juga dapat memengaruhi *intention to use*. Hal ini dikarenakan masyarakat DKI Jakarta menyadari bahwa sebelum mengambil keputusan untuk menggunakan suatu sistem pembayaran digital perlu diliandasi kepercayaan yang tinggi. Kepercayaan juga merupakan faktor yang cukup penting dalam konteks pembayaran digital. Oleh karena itu, kepercayaan para pengguna ShopeePay di DKI Jakarta sangat berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan, karena tanpa adanya kepercayaan tentunya masyarakat enggan untuk menggunakan suatu sistem terlebih pada proses transaksi pembayaran.

Namun *perceived risk* tidak berpengaruh secara langsung terhadap *trust*. Hal ini dikarenakan pembentukan kepercayaan tidak sepenuhnya bergantung pada persepsi risiko. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang lebih dominan dalam membentuk kepercayaan pengguna terhadap *platform* seperti ShopeePay. Kemudian, *intention to use* juga tidak hanya dipengaruhi oleh *perceived ease of use* dan *trust* saja, namun juga dapat dipengaruhi oleh variabel lain seperti *social influence*, *perceived security*, *perceived privacy*, dan *perceived benefits* yang mampu menghasilkan adanya minat penggunaan yang lebih tinggi.

Memperhatikan dan
Memartabatkan Bangsa

5.2.2 Implikasi Praktis

Dalam variabel *intention to use*, indikator yang mendapatkan tanggapan negatif terbanyak ialah indikator ITU3, yaitu “Saya akan selalu mencoba untuk menggunakan layanan ShopeePay dalam kehidupan sehari-hari saya” dengan tanggapan Agak Tidak Setuju 5.0%, Tidak Setuju 1,3%. Dari data tersebut, pengguna ShopeePay menilai bahwa pengguna tidak memiliki komitmen atau niat yang kuat untuk menggunakan layanan ShopeePay secara rutin dalam kehidupan sehari-hari mereka. Ini bisa terjadi karena pengguna merasa tidak nyaman atau yakin dengan layanan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa ShopeePay harus terus berinovasi dalam meningkatkan layanannya baik dari segi kemudahan penggunaan dan keamanan agar pengguna merasa yakin untuk menggunakan layanan ShopeePay dalam aktivitas sehari-hari mereka.

Dalam variabel *trust*, indikator yang mendapatkan tanggapan negatif terbanyak ialah indikator T4, yaitu “Layanan ShopeePay memiliki kemampuan keamanan informasi yang baik” dengan tanggapan Agak Tidak Setuju 1,8%, Tidak Setuju 1.0%. Dari data tersebut, pengguna ShopeePay menilai bahwa ShopeePay belum memiliki keamanan informasi yang memadai bagi penggunanya. Oleh karena itu, pihak ShopeePay perlu melakukan evaluasi mendalam terhadap sistem keamanan dan meningkatkan upaya perlindungan terhadap informasi pengguna. Langkah yang dapat diambil adalah bisa dengan mengaktifkan verifikasi dua langkah (*Two-*

Factor Authentication), fitur ini bisa membantu mengurangi risiko akses tidak sah ke akun pengguna meskipun kata sandi diketahui oleh orang lain, lalu menerapkan fitur “Jaminan Saldo Kembali”, fitur tersebut memberikan perlindungan ekstra agar para pengguna ShopeePay terlindungi dari upaya pengambilan *login* akun dompet digital secara tidak sah serta transaksi akibat penyalahgunaan akun di luar kendali pengguna. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap keamanan ShopeePay, sehingga lebih banyak pengguna merasa nyaman dan aman menggunakan layanan ShopeePay untuk bertransaksi.

Dalam variabel *perceived ease of use*, indikator yang mendapatkan tanggapan negatif terbanyak ialah indikator PEOU3, yaitu “Saya merasa mudah untuk mentransfer uang melalui ShopeePay karena diperlukan yang minim” dengan tanggapan Agak Tidak Setuju 3,6%, Tidak Setuju 1,0%. Dari data tersebut, pengguna ShopeePay menilai bahwa ShopeePay belum memberikan kemudahan yang memadai dalam proses mentransfer uang. Dalam hal ini, pihak ShopeePay perlu fokus pada pengembangan fitur dan layanan yang memudahkan pengguna untuk bertransaksi. Seperti fitur transfer cepat atau instan antar pengguna ShopeePay untuk mempercepat proses transfer uang, sehingga pengguna dapat melakukan transaksi dengan lebih efisien.

Dalam variabel *perceived risk*, indikator yang mendapatkan tanggapan negatif terbanyak ialah PR6, yaitu “Penggunaan layanan ShopeePay erat

kaitannya dengan tingkat risiko” dengan tanggapan Agak Setuju 14,6%, Setuju 9,1%. Dari data tersebut, pengguna ShopeePay menyadari adanya potensi risiko dalam menggunakan ShopeePay, seperti risiko keamanan atau risiko keuangan. Dalam hal ini, pihak ShopeePay tetap waspada dan terus meningkatkan keamanan dalam melakukan transaksi pembayaran, sehingga menciptakan proses transaksi yang aman dan nyaman. Tentunya dengan hal tersebut akan membantu dalam memperkuat tingkat kepercayaan para pengguna dan meningkatkan minat penggunaan ShopeePay.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Selama penelitian ini dilakukan, peneliti sudah berusaha secara maksimal agar menemukan dan menciptakan hasil penelitian yang baik. Meskipun demikian, peneliti menyadari bahwa masih terdapat beberapa kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki penelitian ini. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Adanya keterbatasan dalam tempat penelitian yang hanya berpusat pada Masyarakat pengguna ShopeePay yang berdomisili di DKI Jakarta, sehingga tidak dapat mewakili secara keseluruhan pada Masyarakat yang berminat untuk menggunakan ShopeePay.
2. Masih sedikitnya indikator yang dicantumkan dalam penelitian ini.
3. Adanya keterbatasan pada variabel yang diteliti, sedangkan variabel *intention to use* juga dapat dipengaruhi oleh banyak faktor lain.

Memartabatkan Bangsa

4. Adanya keterbatasan dalam waktu, tenaga dan juga biaya penelitian, sehingga peneliti merasa masih belum dapat meneliti secara menyeluruh mengenai permasalahan yang ada.
5. Belum adanya referensi yang lengkap untuk menunjang proses penelitian.

5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil dan keterbatasan yang telah dijelaskan dalam penelitian, maka dari itu peneliti menyarankan beberapa poin untuk para peneliti selanjutnya. Adapun rekomendasi yang disarankan yaitu:

1. Memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan pengguna ShopeePay dari berbagai daerah di Indonesia, sehingga dapat diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai minat masyarakat dalam menggunakan layanan tersebut.
2. Menambah jumlah indikator yang dianalisis agar dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan ShopeePay.
3. Memasukkan lebih banyak variabel yang diteliti, seperti *social influence*, *perceived security*, *perceived privacy*, dan *perceived benefits*, karena variabel *intention to use* dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor lainnya.
4. Mempertimbangkan waktu, tenaga, dan biaya yang lebih optimal, sehingga peneliti dapat melakukan penelitian yang lebih menyeluruh mengenai permasalahan yang ada.

5. Menambahkan banyak referensi lain untuk mendukung hasil yang diperoleh pada penelitian selanjutnya.



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*