

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan sehingga hipotesis 1 dapat diterima. Ketika persepsi kegunaan meningkat maka sikap penggunaan meningkat.
2. Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap sikap penggunaan sehingga hipotesis 2 dapat diterima. Ketika persepsi kemudahan maka sikap penggunaan meningkat.
3. Sikap Penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan sehingga hipotesis 3 diterima. Ketika sikap penggunaan meningkat maka minat menggunakan meningkat.
4. Persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan terhadap minat menggunakan dengan nilai positif sehingga hipotesis 4 terbukti diterima. Jadi, persepsi kegunaan meningkat maka sikap penggunaan terhadap minat menggunakan meningkat.
5. Persepsi kemudahan terhadap sikap penggunaan terhadap minat menggunakan menunjukkan hasil positif sehingga hipotesis 5 dapat diterima. Jadi, persepsi kemudahan meningkat maka sikap penggunaan terhadap minat menggunakan meningkat.

B. Implikasi

Hasil analisis menyatakan persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan, persepsi kemudahan berpengaruh terhadap sikap penggunaan, sikap penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan, serta persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan berpengaruh langsung terhadap minat menggunakan secara langsung maupun yang dimediasi oleh variabel intervening yaitu sikap penggunaan. Agar meningkatnya minat menggunakan pada para pengguna GO-PAY harus meningkatkan kegunaan atau manfaat, kemudahan saat digunakan, dan sikap penggunaan. Adapun aspek yang perlu ditingkatkan sebagai berikut:

1. Persepsi Kegunaan

Variabel persepsi kegunaan dengan nilai indikator tertinggi adalah “saya merasa bertransaksi menggunakan GO-PAY sangat terbantu”. Pengguna GO-PAY sudah mengerti dan merasakan adanya GO-PAY dapat membantu ketika ingin melakukan pembayaran. Namun jika dilihat dari indikator terkecil adalah “transaksi menggunakan GO-PAY menjadi cepat”. Hal ini menunjukkan responden masih merasa bahwa jaringan pada saat menggunakan GO-PAY terbilang kurang cepat.

2. Persepsi Kemudahan

Variabel persepsi kemudahan sudah memiliki nilai tinggi bagi pengguna GO-PAY. Namun jika dilihat dari hasil nilai indikator yang telah diperoleh, nilai indikator yang paling besar adalah pernyataan pada butir “saya merasa menggunakan GO-PAY mudah dimengerti”, hal ini

menunjukkan responden mudah mengerti cara menggunakan GO-PAY. Sedangkan indikator nilai terkecil yaitu “transaksi menggunakan GO-PAY lebih mudah dibanding aplikasi lain”. Hal ini menunjukkan responden mengakui bahwa transaksi dengan GO-PAY sedikit sulit sehingga pengguna beralih pada kompetitor lain.

3. Sikap Penggunaan

Nilai indikator paling tinggi didapat pada butir pernyataan “saya merasa senang menggunakan GO-PAY”. Hal tersebut menunjukkan responden senang karena GO-PAY memberikan manfaat lebih baik dari segi promo cashback ataupun voucher yang diperuntukkan bagi penggunanya. Sedangkan indikator paling kecil “saya bersedia menggunakan GO-PAY secara online/offline”. Hal ini menunjukkan beberapa konsumen cenderung belum bersedia jika membayar melalui GO-PAY secara online atau offline, misalnya pembelian makanan di mall.

4. Minat Menggunakan

Nilai indikator paling tinggi diperoleh oleh butir pernyataan “saya akan melakukan transaksi menggunakan GO-PAY secara online/offline beberapa bulan kedepan”. Sedangkan indikator terkecil yaitu “saya akan melakukan pembayaran dengan GO-PAY sebagai pengganti uang tunai”. Dilihat dari hasil tersebut masih rendah minat pengguna untuk menggunakan GO-PAY sebagai pengganti uang tunai.

C. Saran

Berdasarkan hasil uji penelitian dan kesimpulan yang telah dijabarkan, maka saran yang berikan baik secara praktis untuk PT. Karya Anak Bangsa dalam mengembangkan GO-PAY dan saran teoritis untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Saran Praktis

- a. GO-PAY sebaiknya perlu meningkatkan jaringan agar dapat diakses lebih cepat dengan melakukan upgrade untuk pembaharuan sistem sehingga dapat menjangkau ke lebih banyak pengguna, mitra usaha, maupun bank.
- b. GO-PAY sebaiknya memberikan tutorial mengaplikasikan GO-PAY ketika ingin melakukan pembayaran non-tunai secara *step by step* sehingga konsumen semakin paham dan mengerti pembayaran non-tunai.
- c. Dengan meningkatkan kesediaan pengguna untuk menggunakan GO-PAY, maka dapat mengembangkan *cashless society* dikalangan pengguna GO-PAY baik online maupun offline.
- d. Dengan meningkatnya minat menggunakan GO-PAY sehingga dapat dijadikan pengganti uang tunai dalam pembayaran. Untuk mewujudkannya perlu membuat campaign untuk mengajak konsumen agar beralih dari transaksi uang tunai menjadi *cashless*.

2. Saran Teoritis

- a. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan menambahkan atau mengganti variabel penelitian lain seperti perceived risk, perceived security, trust, dan brand awareness.
- b. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan memilih objek penelitian berbeda yang lebih menarik serta lebih spesifik.
- c. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan jumlah responden yang lebih banyak sehingga dapat meluas dan memperbanyak referensi dari penelitian-penelitian lain guna mendukung penelitian yang sedang diteliti.