

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data pengujian hipotesis maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan positif antara *perceived usefulness* terhadap *attitude toward using* pengguna *e-wallet*. Pada penelitian ini responden memiliki persepsi bahwa dengan menggunakan *e-wallet* maka dapat mendukung produktivitas mereka sehari-hari dan meningkatkan kinerja mereka, khususnya dalam bertransaksi, seperti: mempercepat proses transaksi, kemudahan bertransaksi, keefektivitasan dan menghemat waktu. Nilai manfaat yang mereka dapatkan dari penggunaan *e-wallet* tersebut akan mempengaruhi sikap mereka melalui perasaan senang, kenikmatan dalam penggunaan, pengalaman yang baik, dan keinginan untuk menggunakan *e-wallet* setiap saat.
2. Terdapat pengaruh signifikan positif antara *perceived ease of use* terhadap *attitude toward using* pengguna *e-wallet*. Pada penelitian ini responden merasa bahwa *e-wallet* khususnya Go-Pay memiliki berbagai kemudahan pembayaran, instruksinya jelas, mudah dipelajari dan cocok digunakan untuk bermacam-macam transaksi. Persepsi responden yang tinggi tersebut atas kemudahan dalam penggunaan *e-wallet* kemudian dapat meningkatkan sikap

positif responden untuk terus menggunakan *e-wallet* dan menjadikan *e-wallet* sebagai pengalam bertransaksi yang menyenangkan.

3. Terdapat pengaruh signifikan positif antara *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness* pengguna *e-wallet*. Persepsi kemudahan penggunaan cenderung penting bagi sebagian besar konsumen dalam mempertimbangkan kegunaan teknologi baru. Sehingga semakin tinggi *perceived ease of use* pengguna maka semakin tinggi pula *perceived usefulness* mereka terhadap teknologi yang digunakan, begitupun sebaliknya, rendahnya *perceived ease of use* pengguna akan menurunkan tingkat *perceived usefulness* mereka.
4. Terdapat pengaruh signifikan positif antara *rewards* terhadap *attitude toward using* pengguna *e-wallet*. Responden dalam penelitian ini menemukan bahwa mereka menerima program *rewards* yang cukup baik dari layanan *e-wallet*, khususnya Go-Pay antara lain berupa promosi-promosi dan penawaran *rewards* lainnya. Hal tersebut kemudian menjadikan pengalaman mereka dalam menggunakan *e-wallet* menjadi lebih menyenangkan. Mereka juga menunjukkan sikap positif lainnya dalam penggunaan *e-wallet*, seperti sikap untuk menggunakan setiap hari, dan berfikir bahwa *e-wallet* merupakan metode transaksi yang baik.
5. Terdapat pengaruh signifikan positif antara *rewards* terhadap *behavioral Intention* pengguna *e-wallet*. Program *rewards* yang diterima oleh responden pada penelitian ini yaitu para pengguna Go-Pay sangat sesuai dengan ekspektasi mereka karena hampir setiap transaksi melalui Go-Pay diberikan *rewards*. Hal tersebut merupakan nilai tambah yang memotivasi dan

memunculkan niat mereka untuk mulai menggunakan Go-Pay dan akan terus menggunakannya hingga masa mendatang.

6. Terdapat pengaruh signifikan positif antara *social influence* terhadap *attitude toward using* pengguna *e-wallet*. Responden dalam penelitian ini sebagian besar dari kalangan muda dan tinggal di Jabodetabek, sehingga mereka memiliki kapasitas yang cukup dalam menyaring setiap pengaruh *social* yang mereka terima. Hal inilah yang menjadi alasan mengapa *social influence* yang diterima responden bernilai sedang/moderat
7. Terdapat pengaruh signifikan positif antara *social influence* terhadap *behavioral intention* pengguna *e-wallet*. Para pengguna Go-Pay dalam penelitian ini menerima pengaruh *social* secara seimbang antara pengaruh positif dan pengaruh negatif. Namun pengaruh *social* pada taraf sedang tersebut masih dapat menghasilkan niat perilaku yang tinggi akan penggunaan *e-wallet*. Sehingga jika ada peningkatan pengaruh *social* maka akan semakin membentuk opini dan niat positif para pengguna untuk terus menggunakan *e-wallet*, khususnya Go Pay di masa mendatang
8. Terdapat pengaruh signifikan positif antara *attitude toward using* terhadap *behavioral intention* pengguna *e-wallet*. Mayoritas responden pada penelitian ini menjawab setuju pada variabel *attitude toward using* dan variabel *behavioral intention* dengan nilai rata-rata jawaban responden berada pada interval tinggi. Sebagian besar responden dalam penelitian ini menyatakan bahwa mereka mendapat kesenangan dan pengalaman yang baik dalam

menggunakan *e-wallet* (Go-Pay). Sikap tersebut membuat responden terus memilih *e-wallet* sebagai metode pembayaran rutin mereka.

5.2. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat di kemukakan dua implikasi yaitu implikasi teoritis dan implikasi praktis yang dijelaskan sebagai berikut:

5.2.1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini menggunakan teori TAM (Technology Acceptance Model) yang di kembangkan oleh Davis (1989). Dalam teori TAM terdapat 4 variabel utama yaitu *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *attitude toward using*, *intention to use* dan *actual system use*. Hasil penelitian ini variabel *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *attitude toward using* dan *intention to use* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap masing masing variabel dependennya, hal tersebut menunjukkan penelitian ini mendukung teori TAM yang di kembangkan oleh Davis (1989)

Pada penelitian ini terdapat dua variabel tambahan yaitu *rewards* dan *social influence*. Hasil penelitian ini tentang pengaruh *rewards* terhadap *attitude toward using* menemukan pengaruh signifikan dan positif, hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang di lakukan oleh Aydin (2016) dan Varnali et al (2012). Sedangkan pengaruh *rewards* terhadap *behavioral intention* pada penelitian ini juga menemukan hasil yang positif dan signifikan. Hasil berbeda ditemukan pada penelitian Aydin

(2016) dimana hasil penelitian Aydin menemukan bahwa *rewards* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

Pengaruh variabel *social influence* terhadap *attitude toward using* dan *behavioral intention* pada penelitian ini menemukan keduanya memberikan hasil positif dan signifikan. Hasil hipotesis yang sama ditemukan pada penelitian Zhou et al (2015) yang dilakukan di China Pada penelitian tersebut didapatkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *social influence* terhadap *attitude toward using* responden dalam menggunakan *mobile reading*. Begitu juga penelitian Abrahão et al (2016) yang menemukan bahwa variabel *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan *mobile payment*.

5.2.2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis penelitian ini tentang niat masyarakat dalam memilih e-wallet khususnya Go Pay. Maka di peroleh temuan temuan yang dapat bermanfaat bagi praktisi fintech khususnya perusahaan *e-wallet* dalam mengembangkan bisnisnya yang bertujuan untuk memberikan nilai tambah bagi customer maupun perusahaan e-wallet itu sendiri.

Perusahaan penyedia layanan dompet digital (*e-wallet*) di dalam mengembangkan bisnisnya hendaknya memperhatikan faktor – faktor yang mempengaruhi niat masyarakat dalam memilih *e-wallet*. Berdasarkan pada penelitian ini faktor – faktor yang harus di perhatikan antara lain *perceived usefulness*, *perceive ease of use*, *rewards* dan *social influence*. Agar dapat kompetitif perusahaan e-wallet

diharapkan dapat meningkat kualitas faktor – faktor tersebut seperti mempercepat proses transaksi , kemudahan dalam pembayaran, fitur – fitur yang semakin mudah untuk digunakan, program rewards yang menarik sehingga tersebut memberikan testimoni yang baik buat pelanggan yang di dalam penelitian ini testimoni yang baik dan pengalaman penggunaan yang menyenangkan akan membuat orang orang terdekat pelanggan dapat termotivasi untuk menggunakan e- wallet juga.

5.3. Saran

Saran yang dapat diberikan peneliti pada penelitian ini agar dapat dijadikan pertimbangan untuk pengembangan dan penyempurnaan penelitian selanjutnya adalah:

1. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *convenience sampling* sehingga peneliti tidak mengetahui secara pasti tentang keakuratan dan pemahaman responden. Diharapkan penelitian selanjutnya menggunakan metode yang lebih baik dari *convenience sampling* untuk mendapatkan hasil yang lebih representatif.
2. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah atau pun mengganti variabel dan menambahkan indikator – indikator untuk mendapatkan keakuratan hasil penelitian. Diharapkan juga untuk penelitian selanjutnya digunakan survey wawancara selain survey kuesioner yang bertujuan untuk menghindari respon bias dari responden.
3. Pada penelitian selanjut dapat digunakan produk *e-wallet* selain Go Pay yang terdapat di Indonesia. Sehingga hasil penelitian tersebut dapat digunakan

sebagai pembandingan dari penelitian ini yang nantinya dapat digunakan sebagai model penelitian paling tepat untuk meneliti *e-wallet* di Indonesia.