

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya penelitian ini, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Subjective norm* berpengaruh positif terhadap *Intention to use* pada pengguna *e-wallet* LinkAja di Kota Padang
2. *Perceived usefulness* tidak berpengaruh positif terhadap *Intention to use* pada pengguna *e-wallet* LinkAja di Kota Padang
3. *Perceived ease of use* berpengaruh positif *Intention to use* pada pengguna *e-wallet* LinkAja di Kota Padang

#### 5.2 Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan dari hasil penelitian ini dan kuesioner yang diisi oleh pengguna *e-wallet* LinkAja, diharapkan penelitian ini bisa memberikan manfaat yaitu sebagai referensi bagi pihak perusahaan untuk mendorong niat menggunakan yang akan meningkatkan penggunaan *e-wallet* LinkAja. Kemudian penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi bagi akademis dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang pemasaran. Implikasi dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan agar selalu mempertahankan upaya untuk mendorong niat menggunakan dengan terus menjaga nama baik *e-wallet* LinkAja dengan cara selalu memberikan keinginan konsumen yang dimana *e-wallet* LinkAja memberikan kemudahan dalam akses pembayaran yang mudah dimengerti dan dipahami. Hal ini dikarenakan pelanggan sangat sensitif terhadap norma subjektif dan dapat mempengaruhi niat pelanggan dalam melakukan niat menggunakan.

2. Terkait kualitas yang ditawarkan LinkAja, harus mempertahankan kualitas dalam hal pembayaran yang mempermudah konsumen dalam hal bertransaksi dan harus lebih memperbanyak varian pembayaran yang beragam, dikarenakan kualitas sangat mempengaruhi dalam niat menggunakan.
3. *E-wallet* LinkAja harus memperhatikan kembali dalam hal kemudahan dalam mengakses atau menggunakan aplikasi *e-wallet* LinkAja seperti memberi cara tata pembayaran yang mudah jelas dan mudah untuk dipahami konsumen pengguna aplikasi *e-wallet* LinkAja, karena kemudahan adalah faktor penting dalam hal niat menggunakan *e-wallet* LinkAja.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan pengalaman selama melakukan penelitian, peneliti menyadari bahwa penelitian ini sangat jauh dari kata sempurna serta memiliki keterbatasan terhadap hasil yang diharapkan pada penelitian ini. Dikarenakan hal tersebut, diharapkan untuk penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang agar dapat diperhatikan lagi. Maka keterbatasan pada penelitian ini adalah:

1. Data yang diperoleh masih terbatas karena penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang diperoleh berdasarkan jawaban kuesioner responden.
2. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini jumlahnya terbatas yaitu 101 sampel, sehingga hanya bisa menggambarkan sebagian dari fakta yang terjadi di lapangan.
3. Tidak semua responden bisa memahami dengan baik terkait dengan kuesioner yang akan diisi, sehingga jawaban yang dipersepsikan oleh responden atas kuesioner memungkinkan menimbulkan pemahaman tertentu dalam penelitian ini.
4. Variabel independen atau bebas yang digunakan dalam penelitian ini hanya 3 yaitu *Subjective norm*, *Perceived usefulness* dan *Perceived ease of use*. Sehingga tidak bisa

mengetahui secara keseluruhan apa saja yang mempengaruhi variabel dependen yang digunakan yaitu *Intention to use*. Variabel lain yang mungkin bisa diteliti yaitu Pengaruh sosial dan Motivasi Hedonik.

#### **5.4 Saran**

Dari hasil penelitian yang diperoleh, adapun saran dari penelitian ini agar dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya dan berguna bagi beberapa pihak dimasa yang akan datang. Beberapa saran dari peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian ini dengan tema atau dengan judul yang sama disarankan agar mengembangkan penelitian ini seperti menambah variabel baru. Sehingga tercipta penelitian-penelitian yang lebih baik lagi kedepannya.
2. Bagi penelitian selanjutnya disarankan agar menggunakan objek yang berbeda untuk mendapatkan hasil penelitian yang beragam.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah total sampel yang digunakan sehingga hasil yang didapat pada penelitian ini lebih baik lagi.
4. Penelitian selanjutnya disarankan untuk lebih dapat memanfaatkan waktu penelitian sehingga menghasilkan hasil penelitian yang memuaskan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, H. A., Hamdy, H. I. 2015. Determinants of continuance intention factor in Kuwait communication market: Case study of Zain-Kuwait. *Computers in Human Behavior*, 49(0), 648-657.
- Aji, Hendy Mustiko, Izra Berakon, and Alex Fahrur Riza. "The effects of Subjective norm and knowledge about riba on Intention to Use e-money in Indonesia." *Journal of Islamic Marketing* 12.6 (2020): 1180-11.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior 1. *Journal of applied social psychology*, 32(4), 665-683. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>
- Amanda, K. R., & Restuti, M. M. D. (2018). Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan Sistem Informasi Terkomputerisasi pada UKM (Pendekatan Theory of Planned Behavior). *Jurnal Akuntansi Maranatha*.
- Amin, M.K., Azhar, A., Amin, A. and Akter, A. (2015), "Applying the technology acceptance model in examining Bangladeshi consumers' behavioral Intention to Use mobile wallet: PLS-SEM approach", 18th International Conference on Computer and Information Technology (ICIT), pp. 21-23.
- Aritonang, Y. A. L., & Arisman, A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Money. *Jurnal Akuntansi STIE Multi Data Palembang*, 1-17.
- Chawla, D. & Joshi H ,(2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India—An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*.
- Chin, W.C. Dan Todd, P.A. 1995. On the Use, Usefulness and Ease of Use of Structural Equation *Modeling in MIS Research: A Note of Caution*. *MIS Quarterly*, 19 (2), h: 237-46.
- Chiu, C.-M., Wang, E. T. G. 2008. Understanding Web-based learning continuance intention: The role of subjective task value. *Information & Management*, 45(3), 194-201.
- Davis, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- East, R. (1993). Investment decisions and the theory of planned behavior. *Journal of Economic Psychology*, 14(2), 337-375. doi: [https://doi.org/10.1016/0167-4870\(93\)90006-7](https://doi.org/10.1016/0167-4870(93)90006-7).
- Fishbein, M. and Ajzen, I. (1975), *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Addison-Wesley, Reading, MA.
- Ginting, D. B., & Marlina, M. R. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas layanan, Kualitas Informasi, Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Pengguna Fasilitas E-Filing. *Media Informatika*, 16(1), 20–31.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., dan Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (Ed. 2). United States of America: SAGE Publications, Inc.
- Hair, Joseph E, Jr et all. (2014). *A primer on Partial Least Squares Structural Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications, Inc. California. USA
- Hoque, M. R.. (2016). An empirical study of mHealth adoption in a developing country: the moderating effect of gender concern. *BMC Medical Informatics and Decision Making*, 16(51), 1-10.
- Indrawati. (2015). *Metode penelitian manajemen dan bisnis: Konvergensi teknologi komunikasi dan informasi* (1st ed.). Bandung: PT Refika Aditama.
- Irwansyah, I., Hatta, M., & Al Masriki, G. F. (2019). The Business Owners SMES Sector of

- Intention to Use The Services By External Accountants. *Journal of Auditing, Finance, and Forensic Accounting*, 6 (2), 57–70. <https://doi.org/10.21107/jaffa.v6i2.4934>
- Iwan, & Nainggolan, K. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Awareness dan Harga Produk Terhadap Minat Beli Mie Sukses. (Studi Empiris Pada Penduduk Kecamatan Pinang-Kota Tangerang). *CAKRAWALA*, 17(2), 146–155. <https://doi.org/10.31294/jc.v17i2.2476>
- Jogiyanto, H.M. 2010. Analisis dan Desain Sistem Informasi, Edisi IV, Andi Offset,. Yogyakarta.
- Jogiyanto, HM. 2007 Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi. Yogyakarta: Andi.
- Kamil, I. (2020). Pengaruh Kemampuan Financial, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Perilaku Sistem Penggunaan Financial Technology (Studi Empiris Pada Pengguna Cashless Payment Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang Dan Bekasi 2019). *AI -Mal: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 1(2), 98–114
- Kotler dan Keller. (2012). *Marketing Management 4th Edition*, Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice Hall.
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Kurniawan, Daniel, Willem JFA Tumbuan, and Ferdy Roring. "Pengaruh Brand Image, Viral Marketing, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi E-Money Fintech Pada Mahasiswa Di Universitas Sam Ratulangi Saat Pandemi Covid-19." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 9.3 (2021).
- Kuswanto, T. Y. L. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Transaksi Online. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2).
- Logahan, J. M., & Viliano, M. (2017). Factors Affecting Intention To Use “SAKUKU” *E-wallet* Of Generation Y In Indonesia. 443–463.
- Liu, G. S., & Tai, P. T. (2016). A Study of Factors Affecting the Intention to Use Mobile Payment Services in Vietnam. *Economics World*, 4(6), 249–273. <https://doi.org/10.17265/2328-7144/2016.06.001>
- Mahfuroh, Riana, and Aditya Pandu Wicaksono. "FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN FINANCIAL TECHNOLOGY LINKAJA SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN ELEKTRONIK." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen* 3.2 (2020): 160-173.
- Marita, S. L. 2012. “Metode Pembayaran Belanja Dengan E-Commerce”, *Cakrawala*, 12(2):105-113.
- Mulyasari, H., Bi, T. T., & Wijaya, M.B.A. 2014. “Analisis Jenis Sistem Pembayaran Elektronik Dalam Transaksi E-commerce di Indonesia”. Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi 2014 (SENTIKA 2014) Yogyakarta, 15 Maret 2014.
- Muslimah, D. A., & Aisyah, M. N. (2016). Pengaruh Computer Self-Efficacy, Subjective Norm, dan System Quality Terhadap Penerimaan Womunity Oleh Nasabah. <http://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/profita/article/view/5994>
- Nawawi, Hizbul Hadi. "Penggunaan *E-wallet* di Kalangan Mahasiswa." *Emik* 3.2 (2020): 189-205.
- Nguyen, T. N., Cao, T. K., Dang, P. L., & Nguyen, H. A. (2016). Predicting Consumer Intention to Use Mobile Payment Services: Empirical Evidence from Vietnam.

- International Journal of Marketing Studies, 8(1), 117.  
<https://doi.org/10.5539/ijms.v8n1p117>
- Pratiwi, E.D. (2014). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat bermain Game Online. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, X(2), 185-196.
- Pham, T. T. T., & Ho, J. C. (2015). The effects of product-related, personal-related factors and attractiveness of alternatives on consumer adoption of NFC based mobile payments. *Technology in Society*, 43, 159–172. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2015.05.004>
- Punnoose, Alfie Chacko. 2012. Determinants of Intention to Use eLearning Based on the Technology Acceptance Model. *Journal of Information Technology Education: Research*. Volume 11.
- Rajasa, M. A. (2021). *Lima Dompok Digital Paling Banyak Digunakan selama Kuartal I. Media Indonesia*.
- Randi, & Heryanto, M. (2016). *Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli pada Makanan Fast Food Ayam Goreng (Studi pada Konsumen Texas Chicken Pekanbaru)*. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 3(2), 1–9.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Riset dan Memenangkan Pasar Pemasaran Cetak ke 12 PT.SUN Jakarta*. 2017
- Rangkuti, F.(2002).*The Power of Brands Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek Plus Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuty, Dewi Maharani. "Apakah Penggunaan E-wallet Masa Pandemi Covid-19 Semakin Meningkat di Indonesia?." UNUSIA CONFERENCE. Vol. 1. No. 1. 2021.
- Riley, J. & Klein, R. (2019). How logistics capabilities offered by retailers influence millennials' online purchasing attitudes and intentions. *Young Consumers*, <https://doi.org/10.1108/YC-12-2018-0889>
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan*. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi (PENSI)*, 3(2), 699-711
- Samsiana, S., Herlawati, Nidaul Khasanah, F., Trias Handayanto, R., Setyowati Srie Gunarti, A., Irwan Raharja, Maimunah, & Ben Rahman. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dan Ecommerce Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Sains Teknologi Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 51–62. <https://doi.org/10.31599/jstpm.v1i1.255>
- Sekaran, Uma. 2017. *Metodologi Penelitian Untuk bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setyawati. S. M. (2019). *Dampak Integrasi E-Service Quality Dan E-Satisfaction Pada E-Repurchase Intension Konsumen Aplikasi Go-Jek Kategori Go-Ride*. *Performance*. Volume 26. Nomor 2. Tahun 2019.
- Shin, Y. H., & Hancer, M. (2016). The Role of Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control, And Moral Norm in The Intention to Purchase Local Food Products. *Journal of Food Service Business Research*, 19(4), 1-14.
- Sitompul, Pretty Naomi. "Analisis Pengaruh E-money Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia." *Jurnal Manajemen dan Akuntansi Medan* 4.2 (2022).
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. In Bandung: Alfabeta.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. ., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. 36(1),157178.<https://doi.org/10.1109/MWSYM.2015.7167037>

- Wibowo, A., & Ayudya, A. C. (2018). *The Intention to Use E-money using Theory of Planned Behaviour and Locus of Control*. Jurnal Keuangan dan Perbankan
- Yadav, R., & Pathak, G. S. (2017). Young consumers' intention towards buying green- products in a developing nation: Extending the theory of planned behavior. *Journal of Cleaner Production*, *Journal of Cleaner Production*, 135, 732-739.
- Yadav, R., & Pathak, G. S. (2017). Determinants of consumers' green purchase behavior in a developing nation: Applying and extending the theory of planned behavior. *Ecological Economics*, 134, 114-122.
- Yousafzai, S. Y., Foxall, G. R., & Pallister, J. G. (2010). Explaining internet banking behavior: *theory of reasoned action, theory of planned behavior, or technology acceptance model?* *Journal of applied social psychology*, 40(5), 1172-1202. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2010.00615.x>
- Zahra, Femilia. 2009. *Pengaruh Kualitas Informasi, Kemampuan Individual dan Norma Subyektif Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Internet Sebagai Sumber Pustaka*. Simposium Nasional Akuntansi 12: Pontianak.