

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Persepsi Kemudahan tidak berpengaruh terhadap Minat menggunakan Qris Livin' by Mandiri di kota Padang.
2. Persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan Qris Livin' by Mandiri di kota Padang.

#### **5.2. Implikasi Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman dan masukan bagi pengguna Qris Livin By Mandiri di Kota Padang. Dari hasil penelitian juga dapat disimpulkan bahwa Minat menggunakan Qris Livin By Mandiri di kota Padang masuk kedalam kategori cukup tinggi. Karena dari hasil survei dari 60 responden dapat dinyatakan responden lebih cenderung menggunakan Qris Livin by Mandiri dibandingkan aplikasi mobile banking lainnya. Meskipun demikian, masih perlu untuk ditingkatkan dimasa yang akan datang menjadi kategori sangat tinggi.

Upaya yang dapat dilakukan dalam rangka meningkatkan minat menggunakan Qris Livin By Mandiri di kota padang sebagaimana dijelaskan diatas dapat dilakukan dengan cara meningkatkan Persepsi keamanan dalam Qris By Livin by Mandiri. Hal ini disebabkan karena hasil penelitian ini secara empiris telah membuktikan bahwa variabel persepsi keamanan merupakan variabel penting yang dapat mempengaruhi

orang dalam minat menggunakan Qris Livin By Mandiri di kota Padang . Hal-hal yang harus diperhatikan dalam rangka meningkatkan minat menggunakan Qris Livin By Mandiri, sebagai berikut:

Implikasi praktis penelitian ini ditujukan kepada:

1. Persepsi kemudahan yang tinggi pun tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Qris Livin By Mandiri maka dari itu diperlukan adanya adanya sosialisasi tentang pemahaman mengenai konsep dan manfaat dalam bertransaksi menggunakan Qris Livin By Mandiri. Selain itu bisa dilakukan strategi peningkatan dalam proses system yang dapat membuat nasabah menjadi lebih mudah menggunakan Qris Livin By Mandiri.
2. Persepsi Keamanan berpengaruh dalam Minat menggunakan Qris Livin By Mandiri maka dari itu diperlukan adanya sosialisasi tentang pengembangan teknologi baru, kebijakan dan regulasi. Melalui persepsi keamanan dapat menghindari kejahatan dalam media internet yang jumlahnya sangat besar serta memiliki bentuk yang beragam karena beberapa alasan seperti identitas individu atau organisasi yang mudah untuk dipalsukan.

### **5.3 Keterbatasan dan Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka berikut ini dapat dikemukakan saran dan keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada pengguna Qris Livin By Mandiri di Kota Padang, sehingga penelitian ini belum dapat berlaku sama dengan penelitian di kota lain. Maka dari itu disarankan untuk penelitian selanjutnya dapat menguji model penelitian ini di kota lain.
2. Penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel yang mempengaruhi Minat menggunakan yaitu Persepsi kemudahan dan Persepsi keamanan. Peneliti selanjutnya hendaknya menambahkan variabel-variabel lain ke dalam model penelitiannya yang juga dapat berpengaruh terhadap Minat menggunakan Qris Livin By Mandiri seperti *easy to use* dan *Perceived used fullnes*.
3. Penelitian ini hanya menggunakan responden sebanyak 60 orang responden. Oleh karena itu disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menggunakan jumlah responden yang lebih banyak lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- A, W. (2006). *Kajian tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*.
- Aditya Widjana Basuki Rachmat, M. (2011). Factors determining acceptance level of internet banking implementation. In *Business and Accountancy Ventura* (Vol. 14, Issue 2).
- Afghani, Faqih, M., & Yulianti, E. (2016). Pengaruh kepercayaan, keamanan, persepsi risiko, serta kesadaran nasabah terhadap adopsi e- banking di Bank BRI Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 6(1), 113–128.
- Agustino, L. (2021). Pengaruh promosi, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat penggunaan e-wallet dan kepercayaan sebagai variable mediasi pada pengguna e-wallet di kota Banjarmasin.
- Ananda. (2019). Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan menggunakan, persepsi keamanan, dan persepsi kompatibilitas terhadap intensi menggunakan layanan mobile payment di Indonesia.
- Anjelina. (2018). Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-money. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 2(2), 90–102.
- Arikunto, A. (2006a). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta.
- Chandra, Christian, (2016) *Peranan Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur produk, Motifasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna E-Money Di Indonesia)*
- D, H. (2019). *Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian terhadap Bertransaksi Menggunakan E-Banking pada UMKM di Kota Yogyakarta*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>

- Dhea Safitri, D., & Diana. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Pada Minat Penggunaan Dompet Elektronik (Ovo) Dalam Transaksi Keuangan. *E-Jra*, 09(05).
- F.D, D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MS Quarterly*, 13(3), 318.
- F.I, S. (2018). Analisa pengaruh keamanan, kemudahan penggunaan, kepercayaan nasabah dan kebermanfaatn terhadap minat menggunakan e-banking. *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, vol.8 no.2.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014a). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014b). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
- Jahja Yudrik. (2011). *Psikologi Perkembangan*. Prenada Media.
- Kasmir. (2002). *Manajemen Perbankan*. Raja Grafindo Persada.
- Khoir, M. M., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Minat Penggunaan E-Wallet LinkAja di Kota Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 752. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.619>
- Kim, G.W, T., J.Sim, & K.Phusavat. (2010). Determinants of Mobile Learning Adoption. . *Journal of Computer InformationSystems, Spring, Pp.*, 82–91.
- Kirana, C. A. D., & Harahap, A. S. (2022). Pendukung Keputusan dalam Penilaian Pegawai Pemerintah Non Pegawai Negeri menggunakan Metode Entropy. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 9(1), 159. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v9i1.3846>
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan,Implementasi, dan Kontrol* (Jilid 1). Prehallindo.
- Kunci Judul Semua Jenis Bahan Cari, K. (2021). *Cari Ramban (Browse.aspx)*. <http://perpusnas.go.id>
- Kunci, K., Semua, J., & Cari, B. (2017). *Cari Browse (/opac/browse)*. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=13185>
- Martono, S. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Fintech Lending. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 10(3), 246. <https://doi.org/10.26418/jebik.v10i3.45827>
- Mulyana, D. (2000). *Ilmu komunikasi : suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya.

- Musfiron. (2019). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Pada Masyarakat Kota Surakarta*. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- N.A, Z. (2010). Consumer Acceptance of Online Banking. *European Journal of Economics , Finance and Administrative Sciences*.
- Nasri, Wadie, Charfeddine, & Lanouar. (2012). Factors Affecting The Adoption Of Internet Banking In Tunisia: An Integration Theory Of Acceptance Model And Theory Of Planned Behavior. *The Journal of High Technology Management Research*, 23, 1–14.
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (n.d.). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa*.
- Pambudi, R., & M.L, K. (2015). security factors have a significant effect on customer loyalty. *Jurnal Akuntansi*, 11(1), 50–67.
- Penggunaan teknologi informasi berdasarkan aspek perilaku (*Behavioral aspect*). (n.d.).
- Rahardjo, B. (1998a). *Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet*.
- Rakhmat, Jalaluddin., & Surjaman, Tjun. (2001). *Psikologi komunikasi*. Penerbit PT Remaja Rosdakarya.
- Ramadhan, Prasetyo, & Irviana. (2016). Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-money. . . *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13, 1–15.
- Raman, Arasu, & Annamalai, V. (2011). Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e- Consumer. *Wireless Information Networks & Business Information System*, 54–60.
- Saraswati, P., & Baridwan. (2013). Penerimaan E-Commerce: Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1.
- Sekaran, Uma, & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (Edisi 6, Buku 2). Salemba Empat.
- Sitinjak, T. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27–39.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV AFABETA.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Suryobroto, S. (1988). *Psikologi Kepribadian*. Raja Grafindo.
- Suyanto. (1983). *Psikologi Umum*. Aksara Baru.
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision Sciences*, 39(2), 273–315. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.2008.00192.x>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000a). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000b). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Waspada. (2012). *Percepatan Adopsi Sistem Transaksi Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Aksesibilitas Layanan Jasa Perbankan*. 16(1), 122–131.
- Yousafzai, S. Y., Pallister, J. G., & Foxall, G. R. (2003). A proposed model of e-trust for electronic banking. *Technovation*, 23(11), 847–860. [https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(03\)00130-5](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(03)00130-5)
- Yudistira, G. (2019). Riset McKinsey: Adopsi digital banking di Indonesia tercepat di Asia. *Kontan.Co.Id*, 3–6. <https://keuangan.kontan.co.id/news/riset-mckinsey-adopsi-digital-banking-di-indonesia-tercepat-di-asia>
- Zahid, Nauman, Mujtaba, A., & RIaz, A. (2010). Consumer Acceptance of Online Banking. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 27(1), 47.
- Zhao, X., Lynch Jr, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny : Myths and Truths about Mediating Analysis. *Journal of Consumer Research*, 3(7), 197–206.