

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Gopay di Kota Padang.
2. Fitur layanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan Gopay di Kota Padang
3. Persepsi Risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Gopay di Kota Padang.

5.2 Impilkasi Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi implikasi penelitian dan pedoman serta masukan bagi perusahaan Gopay . Hasil penelitian mengungkapkan bahwa minat menggunakan Gopay di Kota Padang tergolong kedalam kategori lemah Oleh karena itu, diperlukan strategi untuk meningkatkan minat menggunakan Gopay di Kota Padang.

Strategi atau peningkatkan minat menggunakan Gopay di Kota Padang sebagaimana dijelaskan bahwa dapat dilakukan dengan cara meminimalkan dan menurunkan persepsi risiko. Dari hasil penelitian ini, peneliti membuktikan bahwa variabel persepsi risiko merupakan variabel terpenting yang mempengaruhi minat menggunakan Gopay di Kota Padang. Meskipun dalam penelitian variabel persepsi risiko tergolong sangat rendah yaitu rata – rata 2,7 dan TCR 55,7%, namun untuk

meningkatkan daya saing Gopay dengan *ewallet* lain manajemen pihak Gopay seharusnya lebih mampu menurunkan perspsi risiko sehingga skor rata – rata akan berada dibawah 2,7.

Usaha yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen Gopay untuk meminimalkan perspsi risiko adalah dengan cara memperhatikan dan menurunkan item – item pertanyaan pada variabel persepsi risiko yang memiliki skor rata – rata masih relatif tinggi. Hal yang harus diperhatikan oleh pihak manajemen Gopay antara lain (a) menghilangkan adanya persepsi risiko yang harus ditanggung oleh konsumen, (b) menghilangkannya adanya persepsi risiko pembayaran menggunakan Gipay lebih berisiko dibandingkan dengan sistem pembayaran lain seperti pembayaran tunai, dan (c) mengilangkannya persepsi risiko bahwa bertransaksi menggunakan Gopay memiliki risiko yang tinggi.

Hal lainnya yang harus diperhatikan oleh pihak manajemen Gopay sebagai strategi meningkatkan minat menggunakan Gopay di Kota Padang adalah meningkatkan persepsi kemudahan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitina yang telah peneliti lakukan bahwa variabel persepsi kemudahan merupakan variabel penting yang memepngaruhi minat menggunakan Gopay di Kota Padang. Saat ini penelitian variabel persepsi kemudahan telah tergolong dalam kategori mudah (rata – rata 4,13 dan TCR 82,6%), namun untuk keadaan yang akan datang pihak manajemen Gopay hendaknya memingkatkan persepsi kemudahan untuk meningkatkan skor rata – rata diatas 4,13.

Strategi yang dapat dilakukan pihak manajemen Gopay untuk meningkatkan dan memaksimalkan persepsi kemudahan adalah dengan caramemperhatikan dan menaikkan item – item pernyataan pada variabel persepsikemudahan yang memiliki

skor rata – rata masih relatif rendah. Dengan demikian pihak Gopay perlu untuk menjelaskan secara detail mengenai tutorial menggunakan Gopay agar konsumen lebih mudah memahami bertransaksi menggunakan Gopay.

5.3 Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka beberapa keterbatasan dan saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya memfokuskan pada Gopay, sehingga hasil penelitian tidak sama dengan *ewallet* lainnya. Dengan demikian, disarankan untuk penelitian selanjutnya agar dapat melakukan penelitian dengan model yang sama terhadap objek yang berbeda seperti OVO, DANA, dan LinkAja
2. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan model penelitian ini dengan menambahkan variabel lain baik yang dapat mempengaruhi minat menggunakan maupun variabel yang menjadi akibat minat menggunakan.
3. Jumlah responden pada penelitian ini hanya sebanyak 80 orang atau masih tergolong kecil. Dengan demikian, disarankan kepada peneliti berikutnya agar dapat menggunakan jumlah responden yang lebih besar.
4. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya dapat meneliti *ewallet* yang lain atau dengan variabel yang lainnya atau menambahkan variabel lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, nurya dina, & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan dan fitur layanan terhadap minat menggunakan e-wallet pada aplikasi dana di surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* , 8(3), 1006–1012.
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors Influencing Adoption of Mobile Banking by Jordanian Bank Customers : Extending UTAUT2 with Trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99–110. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002>
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Ed Revisi). PT. Rineka Cipta.
- Dirwan, & Latief, F. (2020). Aspek yang mempengaruhi minat penggunaan uang digital di kota makassar. *Jurnal Mirai Management*, 6(1), 2597–4084. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/miraipg.288>
- Ersaningtyas, A. P., & Susanti, E. D. (2019). Analisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi resiko dan kualitas informasi terhadap minat menggunakan rekening bersama shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur). *Jurnal Bisnis Indonesia*, 10(2), 185–198.
- Fatonah, F., & Hendratmoko, C. (2020). Menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi millennial menggunakan e-money. *JURNAL MANAJEMEN*, 12(2), 209–217. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Ghozali, Imam. 2014. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F. , H. G. T. M. , R. C. , & S. M. (2019). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (L. Fargotstein, Ed.; Second Edition). SAGE Publications, Inc.
- Haryani, Dwi Septi. 2019. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online di Tanjungpinang. *Manajemen, STIE Pembangunan Tanjungpinang, Indonesia*. DIMENSI, VOL. 8, NO. 2 : 198-209. ISSN:2085-9996
- Istiarni, P. R. D., & Hadiprajitno, P. B. (2014). Analisis pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kredibilitas terhadap minat penggunaan berulang internet banking dengan sikap penggunaan sebagaivariabel intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking diIndonesia). *DIPONEGORO JOURNAL OF ACCOUNTING*, 3(2), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Jogiyanto. (2017). *Konsep Dasar Sistem Informasi*. Konsep Dasar Sistem Informasi.
- Kumala Cynthia, D., Wilson Pranata, J., Thio, S., Manajemen Perhotelan, P., &

- Bisnis dan Ekonomi Universitas Kristen Petra, F. (2020). Pada generasi x di surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19–29. <https://doi.org/10.9744/jmhot.6.1.19-29>
- Kuncoro, Mudrajad. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta :Penerbit Erlangga
- Mirabi, V., Akbariyeh, H., & Tahmasebifard Hamid. (2015). A Study of Factors Affecting on Customers Purchase Intention Case Study: the Agencies of Bono Brand Tile in Tehran. *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology (JMEST)*, 2(1), 3159–3199. www.jmest.org
- Mulfadina, T., & Kurnia Sari, D. (2019). Effects of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Perceived Risk on Customer Interests of Using Mobile Banking Services with Gender as Moderating Variables (Study on BRI Customers in Dharmasraya Branch). In *International Journal of Innovative Science and Research Technology* (Vol. 4, Issue 4). www.ijisrt.com
- Nurvitasari, Eggie dan Dwijayanti, Renny (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Grab (Studi Pada Pengguna Aplikasi Grab Fitur Grabfood) *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Volume 9 N0 3 Tahun 2021, E-ISSN 2723-3901
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). *Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)*.
- Ramli, Y., Hariani, S., & Hamzah, A. P. (2020). The implication of features and trust that influence the intention to use the digital payment application. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 22(1), 105–113.
- Ritmaya, C. L. (2016). Pengaruh kemudahan penggunaan, kemanfaatan, sikap, risiko dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah bank bca dalam menggunakan ininternet banking. *JOURNAL of RESEARCH in ECONOMICS and MANAGEMENT*, 16(1), 160–177.
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66–80. <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk pakaian secara online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 318–328.
- Sekaran, Uma, (2006)**, *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis* Buku 1 Edisi 4, Jakarta. : Salemba Empat.
- Sigar, J. F. (2016). The influence of perceived usefulness, perceived ease of use and perceived enjoyment to intention to use electronic money in manado. *Jurnal*

EMBA, 4(2), 498–507.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan dan R&D*. CV Alfabeta.

Syahfitri. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, fitur layanan terhadap minat menggunakan financial technology (fintech) pada aplikasi ovo. *Prosiding KONFERENSI ILMIAH MAHASISWA UNISSULA (KIMU) 4*, 1008–1036.

Umaningsih, Wahyu Prastiwi dan Wardani, Dewi Kusuma (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan *E-money*. *Jurnal Akutansi dan Ekonomi*. Vol 5 No. 3 November 2020. E-ISSN 2541-0180