

BAB 5

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian yang sudah dilakukan tentang pengaruh dari persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-money GoPay*, maka kesimpulan yang didapatkan adalah sebagai berikut:

1. Pada tabel hasil uji t yang merupakan output dari SPSS 22 menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki nilai t hitung sebesar 3,452 dan nilai signifikan sebesar 0,001 (Sig. < 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money GoPay* sebagai alat untuk transaksi pembayaran.
2. Pada tabel hasil uji t yang merupakan output dari SPSS 22 menunjukkan persepsi kebermanfaatan memiliki nilai t hitung sebesar 3,357 dan nilai signifikan sebesar 0,001 (Sig. < 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money GoPay* sebagai alat untuk transaksi pembayaran.
3. Pada tabel hasil uji t yang merupakan output dari SPSS 22 menunjukkan persepsi risiko memiliki nilai t hitung sebesar -2,394 dan nilai signifikan sebesar 0,018 (Sig. < 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money GoPay* sebagai alat untuk transaksi pembayaran.
4. Pada tabel hasil uji t yang merupakan output dari SPSS 22 menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki nilai t hitung sebesar 7,091 dan nilai signifikan sebesar 0,000 (Sig. < 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money GoPay* sebagai alat untuk transaksi pembayaran.

1.2. Keterbatasan

Peneliti juga menyadari terdapat beberapa keterbatasan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian ini, diantaranya:

1. Pengujian terhadap minat menggunakan *e-money GoPay* pada penelitian ini hanya menggunakan empat variabel independen, yakni variabel persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko dan juga kepercayaan.
2. Penelitian yang dilakukan hanya berada di lingkup Kota Madiun.

1.3. Saran

Melalui keterbatasan yang telah disebutkan di atas, maka disarankan agar peneliti selanjutnya:

1. Dapat menambahkan variabel lainnya yang mungkin dapat berpengaruh pada minat seseorang untuk menggunakan *e-money GoPay* misalnya seperti menambahkan variabel persepsi kenyamanan, fitur layanan dan juga keamanan.
2. Dapat memperluas ruang lingkup riset, yaitu tidak hanya di Kota Madiun saja tetapi bisa menambahkan daerah lainnya, misalnya seperti Karesidenan Kota Madiun.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyano, Y. (2014). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Studi Kasus pada Nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta). *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Andriyano, Y., & Rahmawati, D. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Studi Kasus pada Nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 4(2), 1–16.
- Aritonang, Y. A. L., & Arisman, A. (2017). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus pada Pengguna Go-Pay). *Jurnal Akuntansi STIE Multi Data Palembang*, 2(1), 1–17.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hana, C. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan End User Pada PT. Barokah Jaya Sejahtera. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi Bisnis*, 7(2), 18–28.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. ANDI Yogyakarta.
- Kartika, A., & Rosalina, K. (2018). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan terhadap Minat Penggunaan E-Money (Studi pada Pengguna Go-Pay Di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 1–13.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis* (4 ed.). Erlangga.
- Kuswanto, T. Y. L., & Baridwan, Z. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan terhadap Minat Penggunaan Transaksi Online. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 4(2), 1–29.
- Marchelina, D., & Pratiwi, R. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Penggunaan E-Money (Studi Kasus pada Pengguna E-Money Kota Palembang). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 1(1), 1–17.

Pratama, A., & Suputra, I. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 27(2), 927–953.

Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 1–9.

Romadloniyah, A., & Prayitno, D. (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*, 3(2), 699–711.

Sugiyono. (2010). *Statistik untuk Penelitian*. Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.

Wibowo, S., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440–456.

<https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>, 11 Desember 2020, pukul 11:24 WIB.

<https://tekno.kompas.com/read/2019/12/04/11490007/gopay-alami-gangguan-pengguna-mengeluh-tak-bisa-transaksi>, 11 Desember 2020, pukul 12:03 WIB.