BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari penjelasan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan :

1. *Perceived Ease of Use* (PEOU) pengguna *E-Wallet* berpengaruh signifikan positif terhadap *Preceived Usefulness* (PU) dalam bertransaksi dengan *E-Wallet*. Hasil dari penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya oleh Sultan (2017) yang menemukan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap persepsi manfaat dalam penerimaan E-money, begitu juga dengan penelitian lainnya oleh Sany (2018). Jadi, pengguna akan menilai *E-Wallet* bermanfaat apabila pengguna dapat menggunakan dengan mudah.
2. *Preceived Usefulness* (PU) pengguna *E-Wallet* berpengaruh signifikan positif terhadap *Attitude Toward Using* (ATU) dalam bertransaksi dengan *E-Wallet*. Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Sultan (2017) menemukan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap sikap terhadap penggunaan dalam penerimaan E-money, begitu juga dengan penelitian lainnya oleh Sanny (2018), Carolina (2017) dan Febriani (2017). Jadi jika pengguna merasa percaya bahwa *E-Wallet* bermanfaat maka pengguna akan menggunakan *E-Wallet*.jika pengguna merasa bahwa *E-Wallet* mudah digunakan maka pengguna akan menggunakannya.

3. *Perceived Ease of Use* (PEOU) pengguna *E-Wallet* berpengaruh signifikan positif terhadap *Attitude Toward Using* (ATU) dalam bertransaksi dengan *E-Wallet*. Hasil dari penelitian ini juga mendukung hasil penelitian sebelumnya oleh Sultan (2017) menemukan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap sikap terhadap penggunaan dalam penerimaan E-money, begitu juga dengan penelitian lainnya oleh Sany (2018), Carolina (2017) dan Febriani (2017). Jadi jika pengguna merasa bahwa *E-Wallet* mudah digunakan maka pengguna akan menggunakannya.
4. *Preceived Usefulness* (PU) pengguna *E-Wallet* berpengaruh signifikan positif terhadap *Behavioral Intention Use* (BIU) dalam bertransaksi dengan *E-Wallet*. Hasil dari penelitian ini juga mendukung hasil penelitian sebelumnya oleh Sultan (2017) menemukan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan dalam penerimaan E-money. , begitu juga dengan penelitian lainnya oleh Sany (2018). Jadi, pengguna *E-Wallet* akan mempunyai niat untuk menggunakan bila pengguna merasa *E-Wallet* bermanfaat dan dapat membantu.
5. *Attitude Toward Using* (ATU) berpengaruh signifikan positif terhadap *Behavioral Intention Use* (BIU) dalam bertransaksi dengan *E-Wallet*. Hasil dari penelitian ini juga mendukung hasil penelitian sebelumnya oleh Sultan (2017) menemukan bahwa sikap terhadap penggunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan

dalam penerimaan E-money, begitu juga dengan penelitian lainnya oleh Sany (2018) ,Carolina (2017) dan Febriani (2017). Jadi, jika pengguna merasakan manfaat *E-Wallet* dan merasa terbantu maka pengguna akan terus menggunakan *E-Wallet.*

6. *Behavioral Intention Use* (BIU) berpengaruh signifikan positif terhadap *Actual Use* (AU) *E-Wallet*. Hasil dari penelitian ini juga mendukung hasil penelitian sebelumnya oleh Sultan (2017) menemukan minat penggunaan berpengaruh terhadap penggunaan actual dalam penerimaan E-money, begitujuga dengan penelitian lainnya oleh Sany (2018) dan Eri Prasetyo (2017). Hal ini dapat membuktikan bahwa penggunaan senyatanya dalam menggunakan *E-Wallet* dilandasi dengan niat pengguna dalam menggunakan *E-Wallet* dan juga bila niat pengguna dalam menggunakan *E-Wallet* meningkat *actual use E-Wallet* juga meningkat.

Sehingga secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa seseorang akan menggunakan teknologi *E-Wallet* jika adanya pengembangan teknologi yang meberikan dampak positif bagi pengguna seperti manfaat yang didapatkan saat menggunakan *E-Wallet*Selanjutnya adalah kemudahan dari teknologi *E-Wallet* juga dapat membuat seseorang akan menggunakan, dari penelitian ini banyak responden memilih alasan penggunaan *E-Wallet* karena kemudahan dari penggunaan *E-Wallet*.

Dalam penelitian ini selain menguji variabel dan indikator yang ada ditemukannya indikator lain, dari pertanyaan terbuka yang diberikan kepada

responden. yaitu faktor promo yang diberikan. Sebagian besar responden memilih alasan penggunaan *E-Wallet* karena promo yang diberikan.

5.2 Saran Untuk Penelitian yang Akan Datang

1. Penilitian ini hanya menggunakan variabel utama dari *Technology Acceptance Model (TAM)* sehingga bisa ditambahkan variabel variabel lain yang mempengaruhi pengguna *E-wallet* baik pengaruh internal maupun external. Tambahan yang dapat dilihat pada penelitian ini adalah faktor promo karena 36% dari 104 responden memilih menggunakan *E-Wallet* karena promo yang diberikan.
2. Dari data responden dapat dilihat bahwa tidak meratanya jumlah responden berdasarkan usia bahkan tidak ada responden yang berada di range umur >58. Sehingga di penelitian selanjutnya disarankan lebih menjangkau berbagai range usia yang lebih merata dan menambah jumlah responden karena semakin banyaknya sampel maka pengujian akan lebih akurat.

5.3 Saran Operasional

1. Untuk penyedia *E-Wallet* lebih ditingkatkan keamanannya sehingga pengguna lebih merasa aman dalam menggunakan e-wallet, karena hanya 6% dari 104 responden yang memilih menggunakan e-wallet karena keaman. Padahal jika dilihat tujuan GNNT salah satunya adalah keamanan

2. Untuk penyedia *E-Wallet* dapat menignkatkan kemudahan aplikasi agar range umur pengguna bisa merata atau memberikan tutorial-tutorial yang mudah dimengerti.