

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan 350 responden yang merupakan mahasiswa aktif universitas Unika Soegijapranata fakultas ekonomi dan bisnis. Dalam penelitian ini menjelaskan faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-wallet* dan memiliki 7 hipotesis yang telah diuji menggunakan program Smartpls3.

Berdasarkan penjabaran diatas maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai T-statistik *Behavioral Intention to Use* (BIU) terhadap *Actual Use* (AU) adalah sebesar 35,915 dimana angka tersebut memenuhi syarat karena diatas 1,96. Dengan Nilai P-value sebesar 0,000, hasil tersebut juga telah memenuhi syarat karena dibawah 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa *Behavioral Intention to Use* berpengaruh positif terhadap *Actual Use* dalam penggunaan *e-wallet*. Artinya apabila minat pengguna *e-wallet* semakin tinggi, maka tingkat penggunaan mereka akan semakin tinggi juga. Hasil penelitian ini juga mendukung hasil penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh (Wibowo, 2008) dan (Karim et al., 2020) yang menemukan bahwa *Behavioral Intention to Use* berpengaruh signifikan terhadap *Actual Use*.
2. Nilai T-statistik *Perceived Usefulness* (PU) terhadap *Behavioral intention to use* (BIU) adalah 7,220 dimana angka tersebut memenuhi

syarat karena diatas 1,96. Dengan Nilai P-value sebesar 0,000, hasil tersebut juga telah memenuhi syarat karena dibawah 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Behavioral intention to use* dalam penggunaan *e-wallet*. Artinya apabila semakin tinggi manfaat yang dimiliki *e-wallet* maka semakin tinggi juga niat seseorang untuk terus menggunakan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh (Davis, 1989), (Taylor & Todd, 1995) yang menemukan bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral intention to use*.

3. Nilai T-statistik *Perceived Ease of Use* (PEU) terhadap *Behavioral intention to use* (BIU) adalah 5,827 dimana angka tersebut memenuhi syarat karena diatas 1,96. Dengan Nilai P-value sebesar 0,000, hasil tersebut juga telah memenuhi syarat karena dibawah 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Behavioral intention to use* dalam penggunaan *e-wallet*. Artinya bahwa semakin mudahnya *e-wallet* digunakan untuk melakukan transaksi maka semakin tinggi juga minat seseorang untuk terus menggunakannya. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh (Amadea, 2019) dan (Karim et al., 2020) yang menemukan bahwa terdapat pengaruh yang

signifikan positif antara *Perceived Ease of Use* dan *Behavioral intention to use*.

4. Nilai T-statistik *Perceived Ease of Use* (PEU) terhadap *Perceived Usefulness* (PU) adalah 20,194 dimana angka tersebut memenuhi syarat karena diatas 1,96. Dengan nilai p-value sebesar 0,000, hasil tersebut juga telah memenuhi syarat karena dibawah 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* dalam penggunaan *e-wallet*. Artinya bahwa semakin mudah *e-wallet* digunakan dan mudah dipahami maka seseorang akan merasa *e-wallet* bermanfaat dan akan terus menggunakannya. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh (Ardianto & Azizah, 2021) ,(Davis, 1989) yang menemukan bahwa *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness*.

5. Nilai T-statistik *Privacy and security* (PS) terhadap *Behavioral intention to use* (BIU) adalah 0,310 dimana angka tersebut tidak memenuhi syarat karena dibawah 1,96. Dengan nilai p-value sebesar 0,757, hasil tersebut juga tidak memenuhi syarat karena diatas 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa *Privacy and security* tidak memiliki pengaruh terhadap *Behavioral intention to use* dalam penggunaan *e-wallet*. Artinya bahwa faktor privasi dan security tidak mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan *e-wallet*. Hasil penelitian ini tidak

sejalan dengan hasil penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh (Amoroso & Magnier-watanabe, 2012), (Karim et al., 2020) yang menyatakan bahwa *Privacy and security* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral intention to use*.

6. Nilai T-statistik *Privacy and security* (PS) terhadap *Trust* (T) adalah 38,517 dimana angka tersebut memenuhi syarat karena diatas 1,96. Dengan nilai p-value sebesar 0,000, hasil tersebut juga telah memenuhi syarat karena dibawah 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa *Privacy and security* memiliki pengaruh positif terhadap *Trust* dalam penggunaan *e-wallet*. Artinya semakin tinggi persepsi seseorang bahwa *e-wallet* dapat melindungi keamanan data privasinya sehingga semakin tinggi juga rasa percaya mereka terhadap penggunaan *e-wallet*. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh (Harseno, 2021), (Jin & Park, 2006) yang mengungkapkan bahwa terdapat hubungan positif antara *Privacy and security* dengan *Trust*.
7. Nilai T-statistik *Trust* (T) terhadap *Behavioral intention to use* (BIU) adalah 3,965 dimana angka tersebut memenuhi syarat karena diatas 1,96. Dengan nilai p-value sebesar 0,000, hasil tersebut juga telah memenuhi syarat karena dibawah 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa *Trust* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral intention to use* dalam penggunaan *e-wallet*. Artinya bahwa apabila seseorang merasa

percaya dengan e-wallet, maka ia akan memiliki niat untuk menggunakan dalam jangka waktu lama. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh (S Rodiah & Melati, 2020) yang mengungkapkan bahwa *trust* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral intention to use* dalam penggunaan *e-wallet*. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Nguyen et al., 2016) juga menyatakan bahwa bahwa *trust* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral intention to use* dalam penggunaan *e-wallet*.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa Unika Soegijapranata Semarang khususnya fakultas ekonomi dan bisnis. Dalam pengambilan sampel sebaran dari responden kurang merata, agar hasil penelitian dapat digeneralisasi, membutuhkan penelitian lebih lanjut pada sampel lain, misalnya mahasiswa dari fakultas lain atau mahasiswa dari universitas lain. Penelitian selanjutnya juga dapat dilakukan pada kelompok yang lain seperti pada kelompok karyawan, wirausahawan, guru, ibu rumah tangga, pelajar, dan lain sebagainya.

5.3 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka adapun saran dan rekomendasi yang dapat dilakukan selanjutnya:

1. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan beberapa variabel lain yang yang kemungkinan memiliki pengaruh dalam penelitian agar dapat menjelaskan lebih banyak faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan *e-wallet*.
2. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan sampel lebih luas dan tidak terbatas hanya pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang saja.