

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kemudahan Penggunaan e-money (*Perceived Easeof Use*) berpengaruh terhadap persepsi manfaat *Perceived Usefulness* (PU). Hasil penelitian ini mendukung penelitian Ma'ruf (2016), Margalinda (2014), Rahmatsyah (2011).
2. Kemudahan Penggunaan e-money (*Perceived Easeof Use*) tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan (*Atitude Toward Using*). Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Ma'ruf (2016), Margalinda (2014), Rahmatsyah (2011).
3. Persepsi manfaat e-money (*perceived usefulness*) berpengaruh terhadap sikap penggunaan (*Atitude Toward Using*). Hasil penelitian ini mendukung penelitian Ma'ruf (2016), Margalinda (2014), Rahmatsyah (2011).
4. Sikap pengguna e-money (*Atitude Toward Using*) berpengaruh terhadap minat menggunakan e-money (*Behavioral Intention to Use*). Hasil penelitian ini mendukung penelitian Ma'ruf (2016), Margalinda (2014), Rahmatsyah (2011).
5. Sikap penggunaan (*attitude toward using*) berpengaruh terhadap Penggunaan Teknologi yang Sesungguhnya (*Actual*

System Usage). Hasil penelitian ini mendukung penelitian Ma'ruf (2016), Margalinda (2014), Rahmatsyah (2011).

5.2. Keterbatasan

Pada penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu pada kuesioner ASU (*actual system usage*) nomer 1-3 ambigu, yaitu pada pertanyaan pertama “kejujuran dalam penggunaan e-money” dan pertanyaan kedua yaitu “kesesuaian dengan prosedur penggunaan e-money” tidak sesuai untuk mengukur tingkat penggunaan sesungguhnya dari e-money, pertanyaan ketiga yaitu “Adanya kepuasan dalam penggunaan e-money” *overlapping* dengan variabel *satisfaction*.

5.3. Saran

Saran untuk penelitian ini adalah:

1. Memperbaiki kuesioner supaya dapat lebih tepat untuk mengukur masing-masing variabel penelitian, khususnya variabel ASU.
2. Untuk penelitian yang akan datang diharapkan untuk menambah sampel penelitian. Alasannya supaya hasil dapat digeneralisasikan untuk sampel yang lebih besar. Misalnya dengan menambah sampel dari kota selain Semarang, yaitu Jepara dan Kendal.
3. Untuk produsen e-money sebaiknya dapat meningkatkan promosi e-money, meningkatkan kemudahan dan keamanan bertransaksi, sehingga lebih banyak pengguna e-money di masa mendatang.