



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa dari 6 hubungan variabel didapatkan 3 hubungan variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap penerimaan masyarakat terhadap uang elektronik dan terdapat 3 hubungan variabel yang memiliki pengaruh tidak signifikan.

Hubungan variabel yang memiliki pengaruh signifikan adalah *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness* dengan nilai *estimate* pada uji hipotesis positif karena dengan kemudahan yang diberikan oleh uang elektronik akan membuat pengguna menjadi lebih efektif dalam melakukan pembayaran, *Attitude Toward Using* terhadap *Behavioral Intention to Use* dengan nilai *estimate* pada uji hipotesis positif karena ketika responden telah mau menerima penggunaan uang elektronik, maka kemungkinan besar responden akan kembali menggunakan uang elektronik di kemudian hari, *Behavioral Intention to Use* terhadap *Actual Use* dengan nilai *estimate* pada uji hipotesis positif karena ketika responden telah mau kembali menggunakan uang elektronik, maka dapat meningkatkan frekuensi penggunaan uang elektronik pada kehidupan sehari-hari di kemudian hari.

Hubungan variabel yang memiliki pengaruh tidak signifikan adalah *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Using* dengan nilai *estimate* pada uji hipotesis negatif karena menurut (Kit Lok, 2015) pengaruh dari *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Using* berkurang seiring waktu yang mungkin

disebabkan oleh pengetahuan pengguna terhadap teknologi tersebut, *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Using* dengan nilai *estimate* pada uji hipotesis negatif karena ketika responden mendapatkan banyak manfaat dari penggunaan uang elektronik, seperti kecepatan transaksi, kemudahan penghitungan jumlah pembayaran, promo *cashback* atau potongan diskon, belum tentu mempengaruhi pandangan dari responden untuk dapat menerima penggunaan uang elektronik, *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention to Use* dengan nilai *estimate* pada uji hipotesis negatif karena manfaat yang diberikan dari uang elektronik belum tentu menjadi landasan bagi para responden untuk kembali menggunakan uang elektronik, namun ketika para responden kembali menggunakan uang elektronik maka mereka dapat menerima manfaat yang diberikan dari uang elektronik, seperti promo *cashback* atau potongan diskon.

5.2. Saran

Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan objek penelitian uang elektronik berbeda, seperti DANA, Sakuku, Cashbac, *Link Aja*, dsb untuk dijadikan perbandingan.
2. Penelitian selanjutnya dapat mengubah sasaran responden menyesuaikan objek penelitian, seperti generasi X, atau generasi Z.
3. Penelitian selanjutnya dapat memperluas sampel penelitian agar hasil penelitian memiliki ruang lingkup yang lebih besar.

4. Penelitian selanjutnya dapat melakukan pengambilan data dengan wawancara atau observasi langsung pada para responden agar hasil penelitian lebih luas.

