

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa variabel *Social Influence* memiliki pengaruh terhadap variabel internal ditunjukkan dengan adanya nilai yang membuktikannya. *Social Influence* mempengaruhi variabel internal baik secara langsung maupun secara tidak langsung dengan melewati variabel yang ada.. Ini menjawab rumusan masalah bahwa *Social Influence* mempengaruhi semua variabel dalam *Technology Acceptance Model* (TAM).

Variabel dengan nilai terbesar yang mempengaruhi *user* untuk menggunakan aplikasi OVO adalah *Behavioral Intention to Use*. Pengaruh dari keinginan *user* untuk menggunakan aplikasi OVO merupakan faktor terbesar yang mempengaruhi *user* untuk menggunakan aplikasi OVO dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu faktor yang mempengaruhi dalam kehidupan nyata juga adalah banyak promo *cashback* dan diskon yang membuat *user* mempertimbangkan apakah akan menggunakan aplikasi OVO atau aplikasi *e-wallet* yang lainnya.

Terdapat 7 hipotesis yang diterima dari 8 hipotesis yang ada dalam penelitian ini. 7 hipotesis yang diterima tersebut adalah *Social Influence* memiliki pengaruh terhadap *Perceived Usefulness*, *Social Influence* memiliki pengaruh terhadap *Perceived Ease of Use*, *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh terhadap *Perceived Usefulness*, *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh terhadap *Attitude Towards Using*, *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh terhadap

Attitude Towards Using, *Attitude Towards Using* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention to Use*, dan *Behavioral Intention to Use* memiliki pengaruh terhadap *Actual Using*. Hipotesis yang ditolak adalah *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention to Use*.

Dari hasil tersebut peneliti mengetahui bahwa manfaat yang diberikan oleh aplikasi OVO tidak mempengaruhi *user* untuk memakai ataupun tidak memakai aplikasi OVO dalam kehidupan sehari-hari. Yang diperlukan oleh *user* untuk menerima aplikasi OVO adalah kemudahan yang dirasakan dan lingkungan sekitar yang mempengaruhi *user* untuk ikut memakai aplikasi OVO. Setelah terpengaruh oleh lingkungan sekitar dan merasakan kemudahan, maka *user* akan merasa senang dan ingin untuk selalu menggunakan aplikasi OVO. Itulah yang menyebabkan *user* untuk akhirnya menggunakan aplikasi OVO dalam kehidupan sehari-harinya. Salah satu faktor lainnya dalam kehidupan sehari-hari juga disebabkan karena adanya promo yang sedang dibuat oleh OVO untuk menarik para *user*.

5.2 Saran

Berikut ini adalah saran yang diberikan untuk penelitian di masa depan agar penelitian bisa lebih akurat dan luas:

1. Menggunakan metode selain *Partial Least Squares* agar bisa membandingkan dengan metode lain.
2. Demografi yang lebih spesifik seperti pembagian menurut daerah agar bisa melihat perbedaan yang terjadi di setiap daerah.
3. Menguji Hipotesis yang ditolak dalam penelitian ini dengan metode lain dan membandingkan hasilnya.