

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisa pembahasan yang dilakukan oleh peneliti menggunakan piranti lunak LISREL versi 8.8 yang bertujuan untuk melihat pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating conditions* terhadap *intention to use* pada dompet digital LinkAja, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Performance expectancy* memiliki pengaruh terhadap *intention to use* dengan nilai *t-value* sebesar 1.96 yang lebih besar daripada *t-table* sebesar 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa ekspektasi performa dari aplikasi dompet digital LinkAja mempengaruhi *intention to use* dari aplikasi LinkAja. Hal ini dapat disebabkan karena para pengguna percaya bahwa dengan menggunakan dompet digital LinkAja dapat memberikan keuntungan baik dari sisi kemudahan transaksi, penghematan waktu maupun penghematan uang.
2. *Effort expectancy* tidak memiliki pengaruh terhadap *intention to use* dengan nilai *t-value* sebesar 0.02 yang lebih kecil daripada *t-table* sebesar 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa ekspektasi usaha dari aplikasi dompet digital LinkAja tidak mempengaruhi *intention to use* dari aplikasi LinkAja. Hal ini dapat disebabkan karena para pengguna menganggap bahwa *effort expectancy* merupakan sebuah hal yang dapat dipelajari. Sehingga tidak berpengaruh pada *intention to use* dari dompet digital LinkAja.
3. *Effort expectancy* memiliki pengaruh terhadap *performance expectancy* dengan nilai *t-value* sebesar 9.28 yang lebih besar daripada *t-table* sebesar

1.65. Hal ini menunjukkan bahwa ekspektasi usaha dari aplikasi dompet digital LinkAja mempengaruhi *performance expectancy* dari aplikasi LinkAja. Hal ini dapat disebabkan ketika seorang pengguna merasa bahwa usaha yang diperlukan dalam menggunakan aplikasi dompet LinkAja terasa sulit maka akan mempengaruhi ekspektasi dari pengguna tersebut terhadap performa yang diberikan oleh aplikasi dompet digital LinkAja tersebut.

4. *Social Influence* -> *Intention to use*

Social influence memiliki pengaruh terhadap *intention to use* dengan nilai *t-value* sebesar 4.73 yang lebih besar daripada *t-table* sebesar 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa *social influence* dari aplikasi dompet digital LinkAja mempengaruhi *intention to use* dari aplikasi LinkAja. Hal ini dapat disebabkan oleh pengaruh orang terdekat (keluarga, kerabat dan teman) dalam mempengaruhi *intention to use* dari pengguna dompet digital LinkAja

5. *Facilitating conditions* tidak memiliki pengaruh terhadap *intention to use* dengan nilai *t-value* sebesar 1.43 yang lebih kecil daripada *t-table* sebesar 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa *facilitating conditions* dari aplikasi dompet digital LinkAja tidak mempengaruhi *intention to use* dari aplikasi LinkAja. Hal ini disebabkan bahwa seorang pengguna tidak akan memiliki niat menggunakan dompet digital LinkAja apabila tidak memiliki *facilitating conditions*.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti, maka berikut adalah saran yang dapat diberikan oleh peneliti kepada perusahaan dan peneliti berikutnya yang memiliki topik dan permasalahan sejenis dengan penelitian ini.

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran bagi PT. Fintek Karya Nusantara untuk meningkatkan *intention to use* pengguna dompet digital LinkAja, yaitu sebagai berikut:

1. Peneliti menyarankan agar LinkAja bekerjasama dengan berbagai *merchant* yang ada, hal ini dapat mendorong ekspektasi performa dari aplikasi yang menurut penelitian ini memiliki implikasi positif terhadap *intention to use*. LinkAja juga dapat melakukan kerjasama dengan *merchant* dalam memberikan promo dan *cashback* kepada pengguna. Didalam menghadapi persaingan dompet digital, LinkAja dapat memberikan layanan tambahan didalam aplikasi bekerjasama dengan pihak ketiga seperti asuransi, investasi dan membayar tagihan.
2. Didalam persaingan menjadi *super apps* saat ini, LinkAja dapat meningkatkan beberapa fitur diluar layanan finansial yang diberikan dalam mencakupi aspek kehidupan bagi penggunanya. Beberapa hal yang dapat dilakukan adalah fitur chat untuk memudahkan komunikasi antar pengguna, mengaitkan fitur tambahan diluar layanan finansial.
3. LinkAja juga dapat melakukan pemasaran yang lebih kreatif dengan memanfaatkan *big data* yang dimiliki oleh LinkAja. Dengan

memanfaatkan fitur *referral code* dan WOM. Beberapa hal yang dapat dilakukan adalah dengan menunjukkan seberapa penghematan yang telah dilakukan pengguna sejak menggunakan LinkAja, kemudian hal ini akan diunggah ke dalam media sosial dari pengguna. Hal ini dapat meningkatkan *intention to use* dari pengguna baru dengan bantuan WOM.

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian yang telah dilakukan ini masih jauh dari kata sempurna dan masih ada beberapa hal yang dapat dimaksimalkan. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran bagi penelitian selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya dapat berfokus pada *facilitating conditions* dan diharapkan dapat mempertajam analisa mengenai kondisi fasilitasi dari faktor adopsi penggunaan sebuah teknologi.
2. Pada penelitian ini, peneliti tidak memasukkan faktor dari *brand personality* yang menjadi faktor penentu dalam proses faktor adopsi penggunaan dompet digital LinkAja. Sehingga diharapkan pada penelitian berikutnya, peneliti dapat memasukkan faktor dari *brand personality* untuk mengukur seberapa besar peran *brand* dalam mempengaruhi *intention to use*.