



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

Pada hasil analisis data yang dilakukan oleh pihak peneliti, peneliti menemukan beberapa kecocokan dengan model yang digunakan oleh penelitian ini. Penelitian ini menggunakan Analisis Linear Berganda. Dari 8 indikator yang digunakan dalam penelitian ini terdapat 6 indikator yang baik dan memenuhi dari kriteria yang terdapat pada penelitian ini. Penelitian ini menunjukkan bahwa variable independen *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *perceived value*, *perceived risk*, dan *promotional benefits* memiliki pengaruh terhadap dependen variable yaitu *behavioral intentions*. Selain ini, terdapat beberapa variable independen yang tidak berpengaruh pada variable dependen *behavioral intentions*. Diantaranya adalah *facilitating conditions* dan *perceived trust*. Berikut ini penjelasannya :

1. *Performance Expectancy* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intentions* aplikasi DANA. Semakin tinggi persepsi calon pengguna mengenai kegunaan dari aplikasi DANA, maka akan semakin mempengaruhi calon pengguna untuk menggunakan aplikasi DANA.
2. *Effort Expectancy* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intentions* aplikasi DANA. Semakin tinggi persepsi calon pengguna mengenai kemudahan dalam menggunakan aplikasi DANA, maka akan semakin mempengaruhi calon pengguna untuk menggunakan aplikasi DANA.

3. *Social Influence* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intentions* aplikasi DANA. Semakin tinggi pengaruh orang di sekitar calon pengguna mempengaruhi calon pengguna dalam menggunakan aplikasi DANA, maka akan semakin mempengaruhi calon pengguna untuk menggunakan aplikasi DANA.

4. *Facilitating Conditions* tidak berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intentions* aplikasi DANA. Semakin tinggi sumber daya yang tersedia bagi calon pengguna dalam menggunakan aplikasi DANA, maka tidak akan mempengaruhi calon pengguna untuk menggunakan aplikasi DANA.

5. *Perceived Value* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intentions* aplikasi DANA. Semakin bernilai aplikasi DANA pada pandangan calon pengguna dalam penggunaan aplikasi DANA, maka akan semakin mempengaruhi calon pengguna untuk menggunakan aplikasi DANA.

6. *Perceived risk* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intentions* aplikasi DANA. Semakin rendah resiko yang harus dihadapi oleh calon pengguna dalam menggunakan aplikasi DANA, maka akan semakin mempengaruhi calon pengguna untuk menggunakan aplikasi DANA.

7. *Perceived Trust* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intentions* aplikasi DANA. Semakin tinggi kepercayaan calon pengguna untuk menggunakan aplikasi DANA, maka tidak akan mempengaruhi calon pengguna untuk menggunakan aplikasi DANA.

8. *Promotional Benefits* berpengaruh positif terhadap *Behavioural Intentions* aplikasi DANA. Semakin banyak promosi yang diberikan oleh aplikasi

DANA kepada calon pengguna untuk menggunakan aplikasi DANA, maka akan semakin mempengaruhi calon pengguna untuk menggunakan aplikasi DANA.

5.2 Saran

DANA menargetkan aplikasi DANA sebagai aplikasi *mobile payment*/dompet digital nomor 1 di Indonesia (Vince, 2018). Hal ini dapat dicapai dengan cara sebagai berikut :

1. Meningkatkan kemudahan bagi pengguna untuk mengakses aplikasi DANA.
2. Memberikan keamanan bagi para calon pengguna.
3. Meningkatkan promosi-promosi untuk menarik para konsumen agar beralih menggunakan *mobile payment* DANA.

DANA harus memfokuskan perusahaan mereka sebagai salah satu perusahaan *mobile payment* yang menjunjung tinggi rasa keamanan konsumen dan juga sebagai aplikasi *mobile payment* yang mudah untuk di gunakan dan juga memiliki kinerja performa yang baik. Selain itu DANA juga bisa memberikan lebih banyak promo-promo menarik yang dapat digunakan untuk menarik pelanggan agar menggunakan aplikasi DANA.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

5.2.1 Saran Untuk Perusahaan

Dari hasil penelitian, berikut ini adalah saran-saran yang dapat di berikan pihak peneliti kepada pihak perusahaan sebagai bahan pertimbangan perusahaan DANA dalam mencapai misinya menjadi aplikasi *mobile payment* nomor di Indonesia :

1. Meningkatkan *performance expectancy* dari aplikasi DANA dengan cara menambahkan fitur *paylater* untuk pembayaran transaksi aplikasi DANA. Hal ini bertujuan agar konsumen dapat menggunakan metode pembayaran lain. Dengan adanya fitur *pay later* ini, konsumen dapat menggunakan aplikasi DANA meskipun sedang tidak membawa dompet atau tidak memiliki uang tunai di dompetnya.
2. Untuk meningkatkan *effort expectancy* dari aplikasi DANA dengan cara menambahkan system fingerprint atau face unlock saat sedang membuka aplikasi DANA. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kecepatan pengguna untuk membuka aplikasi DANA.
3. Untuk meningkatkan *social influence* bisa dengan cara menambahkan system referensi pada aplikasi DANA. Karena hasil dari penelitian ini *variable social influence* cukup signifikan, maka dengan adanya system referensi ini di harapkan para calon pengguna akan mau untuk menggunakan aplikasi DANA ini dan juga para pengguna bisa lebih bersemangat untuk merekomendasikan aplikasi DANA ini terhadap orang-orang terdekat mereka.

4. Untuk meningkatkan *perceived value* bisa dengan membuat loyalty points untuk meningkatkan nilai aplikasi DANA di pandangan konsumen. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan intensitas penggunaan aplikasi DANA. Selain itu, hal ini juga bertujuan untuk menanamkan kesetiaan konsumen untuk menggunakan DANA dan juga membuat konsumen memiliki pandangan lebih tentang aplikasi DANA.
5. Untuk meningkatkan *perceived risk* bisa dengan cara membuat pesan pop up setiap kali membuka aplikasi DANA sebagai pengingat dan peringatan tentang maraknya terjadi penipuan. Dengan adanya pop up message ini, diharapkan para konsumen akan lebih teredukasi dan juga lebih waspada tentang terjadinya penipuan pada aplikasi *mobile payment* DANA.
6. Untuk meningkatkan *promotional benefits* bisa dengan cara menamahkan fitur *daily log in reward*. Hal ini bertujua untuk meningkatkan promosi-promosi yang berguna untuk meningkatkan *awareness* konsumen terhadap aplikasi DANA.

5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti, tentu saja memiliki keterbatasan dan masih jauh dari kata sempurna. Sehingga peneliti mengharapkan penyempurnaan penelitian ini di masa yang akan datang. Maka peneliti akan mengajukan saran untuk peneliti selanjutnya sebagai berikut :

1. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti merekomendasikan untuk menghubungi pihak perusahaan agar lebih di mudahkan untuk mendapatkan data-data yang Valid dan Reliabel untuk penelitian tentang aplikasi DANA selanjutnya.
2. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti diharapkan melakukan penyebaran kuesioner pre-test maupun keseluruhan data dengan menyebarkan kuesioner secara offline. Tujuannya agar hasil penelitian menjadi lebih baik dan representative.
3. Jika ingin mengambil data offline, sebelum membagikan kuesioner peneliti merekomendasikan kepada penelitian selanjutnya untuk mencoba untuk melakukan Interview dengan orang-orang terkait dengan pertanyaan yang ada pada *screening* proses.