



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Berdasarkan dari hasil pengolahan data menggunakan *software* Lisrel 8.8, dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dapat disimpulkan bahwa :

1. *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai *t-value* sebesar 3.43, dimana nilai tersebut lebih besar dari *critical value* yaitu 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Bluepay Wallet telah memberikan manfaat yang dirasakan oleh pengguna untuk bertransaksi sehingga konsumen merasa puas.
2. *Perceived Usefulness* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Usage Intention* dengan nilai *t-value* sebesar 1.63, dimana nilai tersebut lebih kecil dari *critical value* yaitu 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan oleh pengguna aplikasi Bluepay Wallet tidak mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan aplikasi tersebut.
3. *Perceived Ease Of Use* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai *t-value* sebesar 5.39, dimana nilai tersebut lebih besar dari *critical value* yaitu 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Bluepay Wallet telah memberikan kemudahan kepada pengguna ketika bertransaksi sehingga pengguna tersebut merasakan kepuasan.

4. *Perceived Image* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai *t-value* sebesar 3.62, dimana nilai tersebut lebih besar dari *critical value* yaitu 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Bluepay Wallet memberikan citra yang positif kepada pengguna sehingga pengguna tersebut merasa puas pada saat menggunakan aplikasi tersebut.
5. *Perceived Cost* memiliki pengaruh negatif terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai *t-value* sebesar -2.32, dimana nilai tersebut lebih besar dari *critical value* yaitu -1.65. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Bluepay Wallet tidak memberikan potensi kerugian terhadap biaya yang dikeluarkan oleh pengguna saat bertransaksi menggunakan aplikasi Bluepay Wallet.
6. *Perceived Enjoyment* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai *t-value* sebesar 3.32, dimana nilai tersebut lebih besar dari *critical value* yaitu 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Bluepay Wallet telah memberikan rasa kesenangan kepada pengguna sehingga pengguna tersebut merasa puas pada saat menggunakan aplikasi Bluepay Wallet.
7. *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Usage Intention* dengan nilai *t-value* sebesar 6.11, dimana nilai tersebut lebih besar dari *critical value* yaitu sebesar 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Bluepay Wallet telah memberikan kepuasan terhadap penggunaannya sehingga pengguna tersebut mempunyai niat untuk menggunakan aplikasi Bluepay Wallet untuk bertransaksi.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian ini, berikut beberapa saran yang ingin disampaikan oleh peneliti kepada pihak perusahaan :

1. Dari sisi manfaat, pengguna ingin semua keinginannya dapat terpenuhi oleh karena itu aplikasi Bluepay Wallet harus menambahkan fitur layanan untuk *top up* saldo uang elektronik (*e-money*) dan menambahkan fitur untuk melakukan pembayaran BPJS Kesehatan.
2. Untuk memberikan kemudahan kepada penggunanya aplikasi Bluepay Wallet harus menambahkan pilihan lain seperti *sign up* dengan menggunakan *e-mail*.
3. Untuk mengurangi permasalahan yang sering terjadi di Bluepay Wallet sebaiknya dilakukan peningkatan sistem dan melakukan *update* secara berkala. Sehingga pengguna terus menggunakan aplikasi Bluepay Wallet tanpa adanya permasalahan.
4. Agar pengguna merasakan kepuasan sebaiknya Bluepay Wallet memberikan *merchandise* kepada pengguna dan juga agar pengguna tersebut juga merasa senang.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Pada penelitian ini, peneliti memahami bahwa jumlah responden lebih banyak didominasi oleh responden yang berdomisili di Tangerang karena peneliti lebih banyak melakukan penyebaran kuisisioner di Tangerang. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran kepada peneliti selanjutnya untuk mendapatkan lebih banyak lagi pengguna yang berdomisili di luar Tangerang sehingga penelitian selanjutnya akan memperoleh perspektif yang berbeda agar nantinya berguna bagi perusahaan.
2. Peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya untuk menambahkan beberapa variabel yang masih belum tercakup dalam penelitian ini.