



### **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

Dalam penelitian yang dilakukan dengan judul “Pengaruh *Social Influence, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Facilitating Condition, Perceived Transaction Convenience, Perceived Transaction Speed* Terhadap *Behavioural Intention to Use Mobile Payment OVO*”. Peneliti menemukan beberapa kecocokan dengan model yang digunakan oleh penelitian ini. Penelitian ini menggunakan analisis linear berganda. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengukur variabel independen yaitu *Social Influence, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Facilitating Condition, Perceived Transaction Convenience, Perceived Transaction Speed* terhadap variabel dependen *Behavioural Intention*. Maka peneliti dapat menyimpulkan dari hasil pengolahan dan analisis data yang telah dilakukan bahwa:

1. *Social influence* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioural intention to use mobile payment OVO*. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengaruh pemakaian orang-orang di lingkungan sekitar dalam penggunaan suatu aplikasi maka akan semakin tinggi niat seseorang untuk memakai aplikasi tertentu. Maka semakin tinggi pengaruh pemakaian dari orang-orang di lingkungan sekitar untuk memakai aplikasi ovo maka akan meningkatkan niat seseorang untuk memakai aplikasi ovo
2. *Performance expectancy* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioural intention to use mobile payment OVO*. Dari hasil penelitian

tersebut dapat peneliti simpulkan bahwa semakin tinggi kegunaan atau fungsi di dalam memakai aplikasi tertentu maka tidak mempengaruhi niat seseorang untuk memakai aplikasi tertentu.

3. *Effort Expectancy* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *behavioural intention to use mobile payment OVO*. Dapat disimpulkan bahwa tingkat kemudahan penggunaan suatu aplikasi tidak mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan suatu aplikasi.
4. *Facilitating condition* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *behavioural intention to use mobile payment OVO*. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi fasilitas atau semakin banyak fasilitas yang dimiliki oleh seseorang maka tidak memberi pengaruh terhadap niat seseorang untuk memakai aplikasi
5. *Effort expectancy* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Performance Expectancy*. Dari hasil penelitian tersebut dapat peneliti simpulkan bahwa kemudahan dan manfaat penggunaan suatu teknologi tidak berpengaruh signifikan dikarenakan kurangnya pengalaman responden dalam penggunaan mobile payment.
6. *Perceived transaction convenience* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioural intention to use mobile payment OVO*. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kenyamanan dalam sebuah aplikasi maka akan semakin tinggi niat orang untuk memakai aplikasi. Maka semakin tinggi kenyamanan dalam penggunaan aplikasi ovo maka akan semakin tinggi niat seseorang untuk memakai aplikasi pembayaran dengan aplikasi ovo.

7. *Perceived transaction convenience* memiliki pengaruh positif terhadap *performance expectancy*. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat kenyamanan penggunaan yang tinggi dapat mempengaruhi tingkat manfaat di dalam penggunaan teknologi.
8. *Perceived transaction convenience* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *effort expectancy*. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat kenyamanan penggunaan suatu teknologi tidak mempengaruhi tingkat kemudahahan dalam menggunakan suatu teknologi.
9. *Perceived transaction speed* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioural intention to use mobile payment OVO*. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kecepatan dalam sebuah aplikasi maka akan semakin tinggi niat orang untuk memakai aplikasi. Maka semakin tinggi kecepatan dalam penggunaan aplikasi ovo maka akan semakin tinggi niat seseorang untuk memakai aplikasi pembayaran dengan aplikasi ovo.
10. *Perceived transaction speed* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *performance expectancy*. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kecepatan dalam sebuah aplikasi maka tidak mempengaruhi tingkat manfaat didalam sebuah adopsi penggunaan suatu aplikasi
11. *Perceived transaction speed* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *effort expectancy*. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat kecepatan penggunaan suatu teknologi tidak mempengaruhi tingkat kemudahahan dalam menggunakan suatu teknologi.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian ini peneliti dapat berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi perusahaan pengembang *mobile payment* OVO dan kepada peneliti selanjutnya yang memiliki ketertarikan untuk meneliti dengan topik *mobile payment* atau pembayaran elektronik.

### 5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Berdasarkan dari hasil penelitian ini, peneliti akan menyampaikan beberapa saran untuk perusahaan OVO, sebagai berikut:

1. Dalam meningkatkan *social influence*, perusahaan ovo dapat memberlakukan system referensi untuk para penggunanya agar para pengguna dapat mereferensikan aplikasi ovo kepada orang orang yang belum pernah menggunakannya sehingga membuat pengguna ovo akan semakin meningkat lagi kedepannya.
2. Dalam meningkatkan *perceived transaction convenience*, ovo dapat menambakan beberapa fitur yang ada didalam aplikasi ovo dikarenakan menurut peneliti didalam aplikasi ovo masih banyak fitur yang belum tersedia, sehingga ovo perlu untuk menambahkan beberapa fitur didalam aplikasinya agar pengguna menjadi semakin nyaman dalam memakai aplikasi ovo tersebut dan membuat para calon pengguna lain juga ingin menggunakan aplikasi ovo.
3. Dalam meningkatkan *perceived transaction convenience* terhadap *performance expectancy*, ovo dapat menerapkan sistem *cashback* yang tidak

dipisahkan ke ovo point , tetapi *cashback* kembali masuk ke ovo cash seperti system *cashback* di beberapa kompetitornya dengan menerapkan system seperti itu , menurut peneliti ovo akan dapat semakin meningkatkan niat para pengguna lain untuk ingin menggunakan aplikasi pembayaran dengan ovo dikarenakan *cashback* yang didapat bisa kembali dipakai untuk melakukan pembayaran dan dapat mendapatkan *cashback* kembali dikarenakan *cashback* yang didapat tidak dipisahkan.

4. Dalam meningkatkan *perceived transaction speed*, ovo dapat menambahkan atau menerapkan sistem pembayaran baru dengan membuat mesin pembayaran *qr code* dengan sekali scan saja sehingga pembayaran menggunakan ovo dapat semakin cepat dan dapat meningkatkan niat orang untuk menggunakan sistem pembayaran dengan aplikasi ovo. Sistem pembayaran ini bisa di siapkan pada outlet – outlet ovo yang bekerja sama dengan memberikan mesin pembayaran *qr code* dengan sekali scan. Dengan cara ini tingkat kecepatan pembayaran maka akan semakin bisa dapat di tingkatkan.

### **5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah didapatkan, peneliti memiliki beberapa saran untuk pihak peneliti selanjutnya, berikut ini saran yang dapat peneliti berikan:

1. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti mungkin bisa melakukan penelitian kepada objek yang lebih baru seperti shopee pay, link aja atau lainnya yang memiliki kategori yang sama yaitu aplikasi *mobile*

*payment*, pastinya setiap aplikasi memiliki perbedaan tertentu. Karena hal tersebut, dapat menjadi peluang penelitian untuk melihat perbedaan antara kedua pembayaran *mobile payment* tersebut apakah memiliki kecenderungan yang sama atau tidak.

2. Bagi penelitian selanjutnya, juga bisa menambahkan variabel *re-intention to use* dimana jika penggunaan *mobile payment* ovo telah digunakan oleh banyak orang, maka dapat diteliti apakah seseorang yang telah menggunakan pembayaran *mobile payment* dengan ovo akan memakainya secara terus menerus atau tidak.