



### **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 Analisa hasil penelitian menggunakan metode SEM (*structural Equation Modeling*) dengan tujuan mengukur pengaruh *perceived usefulness, perceived ease of use, trust, attitude, satisfaction* terhadap *continuance intention*.

Maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Perceived Ease of Use* memiliki berpengaruh positif terhadap *Attitude*. Hal ini dikarenakan nilai T-value yang lebih besar dari 1,96 dan P-value lebih kecil dari 0,05 dimana menghasilkan nilai T-value sebesar 3,173 dan P-value sebesar 0.001 dalam hipotesa ini. Dengan hal ini dapat disimpulkan Uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *attitude* konsumen dalam menggunakan aplikasi Alipay.
2. *Trust* memiliki berpengaruh positif terhadap *Attitude*. Hal ini dikarenakan nilai T-value yang lebih besar dari 1,96 dan P-value lebih kecil dari 0,05 dimana menghasilkan nilai T-value sebesar 5,738 dan P-value sebesar 0.00 dalam hipotesa ini. Dengan hal ini dapat disimpulkan Uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan

bahwa hipotesis *trust* berpengaruh positif terhadap *attitude* konsumen dalam menggunakan aplikasi Alipay.

3. *Attitude* memiliki berpengaruh positif terhadap *Satisfaction*. Hal ini dikarenakan nilai T-value yang lebih besar dari 1,96 dan P-value lebih kecil dari 0,05 dimana menghasilkan nilai T-value sebesar 19,578 dan P-value sebesar 0.001 dalam hipotesa ini. Dengan hal ini dapat disimpulkan Uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis *attitude* berpengaruh positif terhadap *satisfaction* konsumen dalam menggunakan aplikasi Alipay.
4. *Satisfaction* memiliki berpengaruh positif terhadap *Continuance Intention*. Hal ini dikarenakan nilai T-value yang lebih besar dari 1,96 dan P-value lebih kecil dari 0,05 dimana menghasilkan nilai T-value sebesar 13,578 dan P-value sebesar 0.001 dalam hipotesa ini. Dengan hal ini dapat disimpulkan Uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis *satisfaction* berpengaruh positif terhadap *attitude* konsumen dalam menggunakan aplikasi Alipay.
5. *Perceived Usefulness* tidak memiliki berpengaruh positif terhadap *Attitude*. Hal ini dikarenakan nilai T-value yang lebih kecil dari 1,96 dan P-value lebih besar dari 0,05 dimana menghasilkan nilai T-value sebesar 1,195 dan P-value sebesar 0,233 dalam hipotesa ini. Dengan hal ini dapat disimpulkan Uji hipotesis dalam

penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis *perceived usefulness* tidak berpengaruh *attitude* konsumen dalam menggunakan aplikasi Alipay. Dimana hasil tersebut dapat didukung oleh Kanchanataneet al. (2014) bahwa *perceived usefulness* tidak dapat berpengaruh *attitude*, oleh karena itu *perceived usefulness* tidak berpengaruh *satisfaction* dan *continuance intention* .

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Untuk Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah didapatkan oleh peneliti, dengan seluruh hipotesis tersebut, ternyata *perceived ease of use*, *trust* berpengaruh *attitude*, *attitude* berpengaruh *satisfaction* dan *satisfaction* berpengaruh *continuance intention*. Maka dari itu peneliti ingin memberikan beberapa saran untuk perusahaan khusus perusahaan yang bergerak di bidang mobile payment:

1. *Perceived Ease of Use*

Perusahaan bisa menyimpan settingan yang sederhana supaya konsumen lebih mudah dan ketika interaksi dengan Alipay tidak butuh banyak upaya mental sehingga konsumen dapat tertarik menggunakan aplikasi tersebut.

2. *Trust*

Perusahaan harus tetap menjaga hubungan baik dengan konsumen atas kepercayaannya terhadap perusahaan tersebut. Kepercayaan itu dapat

dibangun dari salah satu faktor, yaitu keamanan, dimana perusahaan harus menjaga keamanan konsumen dalam menggunakan mobile payment untuk transaksi keuangan. seperti membuat system atau menambah system yang bisa melindungi privasi pengguna.

### 3. *Attitude dan Satisfaction*

Perusahaan harus tetap bertahan dan berkembang bisnisnya dengan lebih sering melakukan survey dan meminta feedback dari konsumen supaya dapat diketahui kekurangan bisnisnya.

#### **5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya**

Untuk penelitian selanjutnya, peneliti juga ingin memberikan beberapa saran:

1. Peneliti selanjutnya bisa mengembangkan lagi penelitian ini atau mencoba menggunakan fase-fase yang belum dapat diteliti.
2. Dalam penelitian ini terdapat ada satu variabel yang dapat tidak berpengaruh terhadap nilai attitude, maka untuk peneliti selanjut bisa mencoba melakukan penelitian lagi supaya hasilnya lebih akurat.
3. Target objek peneliti ini masih terlalu luas, untuk peneliti selanjutnya bisa mencoba melakukan penelitiannya di zona yang lebih lama.