

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Pembahasan

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian terhadap 5 variabel independen dan 1 variabel dependen. Variabel independen yang terdapat pada penelitian ini terdiri dari *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived trust*, dan *social influence*. Variabel dependen di dalam penelitian ini merupakan *behavioural intention* penggunaan keberlanjutan aplikasi *e-wallet* LinkAja. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berupa Generasi Z dengan rentang umur 18-27 tahun di Kota DKI Jakarta, pernah menggunakan *e-wallet* LinkAja dan mengalami permasalahan-permasalahan yang dialami oleh para pengguna LinkAja. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti berbentuk kuesioner Google Form yang disebarakan secara *online*. Terkumpul 195 responden yang mengisi kuesioner. Setelah melakukan *screening* dan menghapus beberapa responden yang dianggap tidak memadai untuk mengolah data, jumlah responden yang digunakan untuk mengolah data ada sebanyak 158 responden. Data-data yang terkumpul diolah menggunakan *software* IBM SPSS Statistics 27 untuk melakukan uji instrument, uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis dan persamaan regresi. Pada uji instrumen, semua variabel dinyatakan valid dan reliabel. Pada uji asumsi klasik, diperoleh hasil bahwa semua variabel lolos dalam uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas. Pada uji koefisien determinasi diperoleh hasil Adjusted R Square sebesar 0,778 yang berarti variabel-variabel independen di dalam model penelitian berpengaruh sebesar 77,8% terhadap variabel dependen, sedangkan 22,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel yang berada di luar model penelitian. Pada uji F atau uji signifikansi simultan, variabel-variabel independen secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap variabel *behavioural intention* dikarenakan nilai *significance* yang didapatkan sebesar $<,001^b$ yang berarti lebih rendah dari nilai 0,05. Pada uji hipotesis dapat diperoleh hasil dan pernyataan berikut:

- *Perceived Usefulness* (PU) tidak berpengaruh terhadap *Behavioural Intention* (BI) penggunaan keberlanjutan aplikasi *e-wallet* LinkAja. Pernyataan ini didukung dengan uji hipotesis mendapatkan nilai t sebesar 1,108 atau lebih kecil dari 1,65. Pernyataan ini juga didukung dengan uji hipotesis mendapatkan nilai *significance* sebesar 0,270 atau lebih besar dari 0,05. Jadi, dapat disimpulkan bahwa manfaat yang diberikan oleh aplikasi *e-wallet* LinkAja tidak berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan aplikasi *e-wallet* LinkAja secara berkelanjutan.
- *Perceived Ease of Use* (PEU) berpengaruh positif terhadap *Behavioural Intention* (BI) penggunaan keberlanjutan aplikasi *e-wallet* LinkAja. Pernyataan ini didukung dengan uji hipotesis mendapatkan nilai t sebesar 2,140 atau lebih besar dari 1,65. Pernyataan ini juga didukung dengan uji hipotesis mendapatkan nilai *significance* sebesar 0,034 atau lebih kecil dari 0,05. Hal ini membuktikan bahwa kemudahan penggunaan sebuah teknologi sangat berpengaruh terhadap niat penggunaan keberlanjutan aplikasi *e-wallet* LinkAja. Semakin besar kemudahan penggunaan yang diberikan, maka semakin besar pula niat untuk menggunakan aplikasi *e-wallet* LinkAja secara berkelanjutan.
- *Perceived Security* (PS) berpengaruh positif terhadap *Behavioural Intention* (BI) penggunaan keberlanjutan aplikasi *e-wallet* LinkAja. Pernyataan ini didukung dengan uji hipotesis mendapatkan nilai t sebesar 2,516 atau lebih besar dari 1,65. Pernyataan ini juga didukung dengan uji hipotesis mendapatkan nilai *significance* sebesar 0,013 atau lebih kecil dari 0,05. Hal ini membuktikan bahwa keamanan dari sebuah teknologi sangat berpengaruh terhadap niat penggunaan keberlanjutan aplikasi *e-wallet* LinkAja. Semakin besar tingkat keamanan yang diberikan, maka semakin besar pula niat untuk menggunakan aplikasi *e-wallet* LinkAja secara berkelanjutan.
- *Perceived Trust* (PT) berpengaruh positif terhadap *Behavioural Intention* (BI) penggunaan keberlanjutan aplikasi *e-wallet* LinkAja. Pernyataan ini didukung dengan uji hipotesis mendapatkan nilai t sebesar 4,331 atau lebih

besar dari 1,65. Pernyataan ini juga didukung dengan uji hipotesis mendapatkan nilai *significance* sebesar $<0,001$ atau lebih kecil dari 0,05. Hal ini membuktikan bahwa kepercayaan terhadap sebuah teknologi sangat berpengaruh terhadap niat penggunaan keberlanjutan aplikasi *e-wallet* LinkAja. Semakin besar tingkat kepercayaan terhadap aplikasi *e-wallet* LinkAja, maka semakin besar pula niat untuk menggunakan aplikasi *e-wallet* LinkAja secara berkelanjutan.

- *Social Influence* (SI) berpengaruh positif terhadap *Behavioural Intention* (BI) penggunaan keberlanjutan aplikasi *e-wallet* LinkAja. Pernyataan ini didukung dengan uji hipotesis mendapatkan nilai t sebesar 4,861 atau lebih besar dari 1,65. Pernyataan ini juga didukung dengan uji hipotesis mendapatkan nilai *significance* sebesar $<0,001$ atau lebih kecil dari 0,05. Hal ini membuktikan bahwa pengaruh sosial sangat berpengaruh terhadap niat penggunaan keberlanjutan aplikasi *e-wallet* LinkAja. Semakin besar pengaruh sosial yang didapatkan, maka semakin besar pula niat untuk menggunakan aplikasi *e-wallet* LinkAja secara berkelanjutan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran untuk Perusahaan

Dari hasil-hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti, disimpulkan bahwa variabel *perceived trust* dan *social influence* memiliki pengaruh yang dominan terhadap *behavioural intention* penggunaan keberlanjutan aplikasi *e-wallet* LinkAja. Maka dari itu, berikut merupakan saran-saran yang diberikan oleh peneliti kepada PT Fintek Karya Nusantara (Finarya) atau LinkAja:

1. Meningkatkan kepercayaan para pengguna terhadap aplikasi *e-wallet* LinkAja. Cara-cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan para pengguna terhadap aplikasi *e-wallet* LinkAja adalah memperbaiki masalah sistem yang menyebabkan *bug* dan permasalahan saldo, meningkatkan layanan *customer service*, ada *reminder* untuk mengganti *password* secara berkala kepada para pengguna, memberikan peringatan secara berkala bagi para pelaku kejahatan, melakukan kerja sama dengan

pihak-pihak yang terpercaya dan memiliki reputasi yang bagus, meningkatkan keamanan aplikasi dan data pribadi para pengguna, meningkatkan kemampuan para tenaga kerja untuk melayani dan memberikan informasi yang akurat dan bisa diandalkan.

2. Meningkatkan pengaruh sosial untuk bisa saling mempengaruhi untuk menggunakan aplikasi *e-wallet* LinkAja. Cara-cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pengaruh sosial untuk saling mempengaruhi menggunakan aplikasi *e-wallet* LinkAja adalah menggunakan teknik *marketing* dengan ide-ide yang kreatif untuk membuat promosi yang menarik. Dengan melakukan promosi yang menarik, para pengguna LinkAja yang merasa bahagia dan puas dengan promosi tersebut bisa melakukan WOM untuk mempengaruhi orang-orang sekitar atau orang-orang terdekatnya untuk ikut menggunakan aplikasi *e-wallet* LinkAja. Salah satu ide *marketing* yang menarik adalah melakukan *campaign* di media sosial yang membagikan hadiah kepada para *followers* yang sudah mengikuti syarat-syarat yang berlaku seperti *follow*, *like*, *comment*, dan *tag* minimal 5 akun teman media sosial. Aktivitas *tag* ini bisa mempengaruhi pengguna media sosial yang lainnya untuk menggunakan aplikasi *e-wallet* LinkAja.

5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

- Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian terhadap variabel-variabel independen yang berpengaruh terhadap *behavioural intention* penggunaan keberlanjutan aplikasi *e-wallet* LinkAja dengan sampel para pengguna LinkAja yang mengalami permasalahan selama penggunaan *e-wallet* tersebut. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan untuk melakukan penelitian terhadap para pengguna *e-wallet* yang belum pernah menggunakan aplikasi *e-wallet* LinkAja. Saran penelitian tersebut bertujuan untuk meneliti faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi para pengguna *e-wallet* belum atau tidak mau mengadopsi penggunaan aplikasi *e-wallet* LinkAja.

- Pada penelitian ini, peneliti menemukan hasil berupa 77,8% yang menunjukkan seberapa besar variabel-variabel independen di dalam model penelitian ini mempengaruhi variabel dependen *behavioural intention* penggunaan keberlanjutan aplikasi *e-wallet* LinkAja. Sisanya sebesar 22,2% yang menunjukkan besarnya pengaruh variabel-variabel di luar model penelitian yang mempengaruhi variabel dependen *behavioural intention* penggunaan keberlanjutan aplikasi *e-wallet* LinkAja. Oleh karena itu, peneliti menyarankan untuk menambahkan variabel independen *Habit* dan *Price Value*. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kilani, Kakeesh, Al-Weshah, dan Al-Debei (2020) yang mendapatkan hasil penelitian berupa *habit* dan *price value* memiliki pengaruh yang positif terhadap *continued usage intention for e-wallets in Jordan*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kilani, Kakeesh, Al-Weshah, dan Al-Debei (2020), semakin besar pengaruh *habit* dan *price value*, maka semakin besar pula *continued usage intention for e-wallets in Jordan*.
- Pada penelitian ini, peneliti mengalami kesulitan untuk mencari para responden yang sesuai dengan kriteria peneliti (*screening*). Menyebarkan kuesioner melalui media sosial belum tentu bisa dengan cepat memenuhi target responden yang diinginkan. Maka dari itu, peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menyebarkan kuesioner secara langsung ke calon responden yang potensial.