

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived usefulness*, *perceived risk*, *perceived ease of use* terhadap *e-wallet adoption* dengan *trust* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini melibatkan 345 responden yang merupakan generasi milenial di wilayah Jabodetabek dengan menggunakan *software* SmartPLS 4. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, diperoleh kesimbangan sebagai berikut.

1. H1 diiterima, artinya *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*. Hal ini dibuktikan dengan nilai *t-statistic* sebesar 4,133 ($>1,64$), *p-value* sebesar 0,000 ($<0,05$), dan β sebesar 0,292. Artinya, ketika pengguna merasakan manfaat nyata dari *e-wallet*, maka tingkat kepercayaan mereka akan meningkat secara signifikan.
2. H2 ditolak, artinya *perceived risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap *trust*. Hal ini dibuktikan dengan nilai *t-statistic* sebesar 1,135 ($<1,64$) dan *p-value* sebesar 0,128 ($>0,05$). Dengan demikian, kecenderungan generasi milenial telah memiliki tingkat *trust* terhadap teknologi *e-wallet* yang cukup kuat, sehingga *perceived risk* bukan merupakan faktor penentu utama dalam membentuk *trust*.
3. H3 diterima, artinya *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*. Hal ini dibuktikan dengan nilai *t-statistic* sebesar 5,626 ($>1,64$), *p-value* sebesar 0,000 ($<0,05$), dan β sebesar 0,415. Generasi milenial lebih mengandalkan kejelasan tampilan dan menu, kemudahan penggunaan dalam berbagai situasi transaksi, dan kesederhanaan proses pembayaran menjadi faktor sangat penting yang secara langsung meningkatkan *trust* pengguna terhadap penyedia *e-wallet*.

4. H4 diterima, artinya *trust* memediasi secara positif hubungan antara *perceived usefulness* dengan *e-wallet adoption*. Hal ini dibuktikan dengan nilai *t-statistic* sebesar 3,696 ($>1,64$), *p-value* sebesar 0,000 ($< 0,05$), dan β sebesar 0,082. Pengaruh langsung *perceived usefulness* juga terbukti signifikan, maka *trust* berperan sebagai *full mediation*.
5. H5 ditolak, artinya *trust* tidak memediasi secara hubungan antara *perceived risk* dengan *e-wallet adoption*. Hal ini dibuktikan dengan nilai *t-statistic* sebesar 1,085 ($<1,64$) dan *p-value* sebesar 0,131 ($> 0,05$) yang tidak memenuhi kriteria signifikansi. Temuan ini konsisten dengan hasil hipotesis kedua yang menunjukkan bahwa *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap *trust*. Dengan demikian, *trust* tidak memediasi hubungan antara *perceived risk* dan *e-wallet adoption*. Sehingga *trust* berperan sebagai variabel mediasi *unmediated*.
6. H6 diterima, artinya *trust* memediasi secara positif hubungan antara *perceived ease of use* dengan *e-wallet adoption*. Hal ini dibuktikan dengan nilai *t-statistic* sebesar 3,645 ($>1,64$), *p-value* sebesar 0,000 ($< 0,05$), dan β sebesar 0,116. Hasil penelitian menemukan bahwa pengaruh langsung *perceived ease of use* terbukti signifikan, maka *trust* berperan sebagai mediator *full mediation*.
7. H7 diterima, artinya *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-wallet adoption*. Hal ini dibuktikan dengan nilai *t-statistic* sebesar 4,236 ($>1,64$), *p-value* sebesar 0,000 ($< 0,05$), dan β sebesar 0,262. Generasi milenial cenderung mengadopsi *e-wallet* guna manfaat yang dirasakan sebagai metode pembayaran utama dalam aktivitas sehari-hari.
8. H8 diterima, artinya *perceived risk* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-wallet adoption*. Hal ini dibuktikan dengan nilai *t-statistic* sebesar 2,166 ($>1,64$), *p-value* sebesar 0,015 ($< 0,05$), dan β sebesar 0,073. Hasil penelitian menemukan generasi milenial yang sadar akan risiko keamanan digital cenderung lebih proaktif dan bijak dalam menggunakan *e-wallet* dengan memanfaatkan fitur-fitur keamanan yang tersedia.

9. H9 diterima, artinya *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-wallet adoption*. Hal ini dibuktikan dengan nilai *t-statistic* sebesar 5,065 ($>1,64$), *p-value* sebesar 0,000 ($< 0,05$), dan β sebesar 0,362. Generasi milenial terus menggunakan *e-wallet*, menggantikan metode pembayaran konvensional, dan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain.
10. H10 diterima, artinya *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-wallet adoption*. Hal ini dibuktikan dengan nilai *t-statistic* sebesar 5,754 ($>1,64$), *p-value* sebesar 0,000 ($< 0,05$), dan β sebesar 0,279. Hasil penelitian menemukan bahwa, ketika generasi milenial yakin bahwa penyedia *e-wallet* transparansi, peduli terhadap kebutuhan pelanggan, tidak hanya mencari keuntungan sesaat, memberikan layanan yang konsisten, dan dapat diandalkan, maka tingkat *e-wallet adoption* akan meningkat secara signifikan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan temuan-temuan yang telah diuraikan, berikut adalah saran-saran yang disesuaikan untuk peneliti selanjutnya, penyedia layanan *e-wallet*, regulator dan pemerintah, dan pengguna *e-wallet* generasi milenial:

5.2.1 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian mendatang yang membahas faktor-faktor mempengaruhi adopsi *e-wallet* pada Generasi Milenial di Jabodetabek:

- 1) **Perluas cakupan geografis dan generasi.** Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas penelitian ke wilayah lain di luar Jabodetabek (Indonesia timur, barat, utara, selatan) dan membandingkan dengan generasi lain seperti Gen Z atau Gen X untuk mengidentifikasi perbedaan faktor-faktor adopsi di berbagai wilayah dan kelompok usia.
- 2) **Menambahkan variabel-variabel baru yang relevan.** Meskipun penelitian ini menjelaskan 66,4% varians pada *e-wallet adoption*, masih terdapat 33,6% yang dapat dijelaskan oleh faktor lain. Peneliti selanjutnya disarankan menambahkan variabel seperti:
 - a. ***Social Influence***: Pengaruh sosial dari teman, keluarga, atau orang penting dalam kehidupan pengguna terhadap keputusan menggunakan *e-wallet* ((Venkatesh et al., 2012) dan (Ming Ming et al., 2021)). Penelitian (Fauziah & Sabandi, 2024) menemukan bahwa *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan dompet digital di kalangan mahasiswa.
 - b. ***Perceived Security***: Persepsi keamanan terkait perlindungan data pribadi dan transaksi finansial ((Riza & Aditya, 2025) dan (Siagian, Jiwa Husada Tarigan, et al., 2022)). Penelitian terbaru oleh (Riza & Aditya, 2025) menemukan bahwa *perceived security* merupakan faktor krusial dalam membentuk *behavioral intention* penggunaan *e-wallet*.
 - c. ***Habit***: Kebiasaan penggunaan teknologi pembayaran digital yang dapat mempengaruhi adopsi berkelanjutan (Venkatesh et al., 2012)). Penelitian di Indonesia oleh jurnal (Rezza et al., 2024) menemukan bahwa *habit* memiliki pengaruh yang lebih krusial dibandingkan *behavioral intention* dalam adopsi teknologi pembayaran digital.

- 3) **Tingkatkan jumlah dan keragaman sampel.** Peneliti selanjutnya disarankan untuk mencari responden dengan jumlah yang lebih besar dan lebih beragam (berbagai profesi, latar belakang pendidikan, tingkat penghasilan) sehingga hasil penelitian dapat lebih representatif dan dapat digeneralisasikan pada populasi yang lebih luas.
- 4) **Kelola waktu penelitian dengan lebih baik.** Peneliti perlu membuat perencanaan yang matang dan menetapkan target yang jelas kapan setiap tahap penelitian harus selesai untuk memastikan penelitian dapat diselesaikan sesuai jadwal dan dengan kualitas yang optimal.
- 5) **Eksplorasi model teoritis yang lebih komprehensif.** Peneliti selanjutnya dapat mengintegrasikan model *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan model lain seperti UTAUT2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*) untuk mendapatkan pemahaman yang lebih holistik mengenai faktor-faktor adopsi teknologi keuangan digital (Venkatesh et al., 2012) dan (Ming Ming et al., 2021).

5.2.2 Saran Bagi Penyedia Layanan *E-Wallet*

Penelitian ini diharapkan dapat membantu penyedia layanan *e-wallet* (GoPay, OVO, DANA, ShopeePay, LinkAja) dalam memahami faktor-faktor mempengaruhi keputusan Generasi Milenial untuk mengadopsi layanan mereka:

- 1) **Prioritaskan kemudahan penggunaan.** (*perceived ease of use*) sebagai fokus utama karena terbukti menjadi prediktor terkuat untuk *adoption*, penyedia disarankan untuk terus menyederhanakan antarmuka pengguna, mengurangi langkah-langkah transaksi yang rumit, menyediakan tutorial interaktif untuk pengguna baru, mengoptimalkan kecepatan *loading* aplikasi, dan memastikan konsistensi desain di semua fitur sehingga pengalaman pengguna semakin mudah dan menyenangkan.
- 2) **Meningkatkan nilai kemanfaatan *e-wallet*** (*perceived usefulness*). Penyedia disarankan untuk terus berinovasi dengan mengintegrasikan lebih banyak merchant dan platform *e-commerce*, mengembangkan fitur *financial management* seperti *budget planner* dan *expense tracker*, menyediakan program *cashback* dan *reward* yang menarik namun mudah dipahami, serta mengoptimalkan fitur *split bill* dan *group payment* yang sering digunakan Milenial sehingga nilai fungsional *e-wallet* semakin terasa.
- 3) **Membangun dan perkuat kepercayaan (*trust*) sebagai prioritas strategis jangka panjang.** Dengan pengaruh langsung yang signifikan terhadap *adoption* dan peran mediasi yang kuat, penyedia harus meningkatkan komunikasi transparansi melalui update berkala tentang fitur baru dan keamanan, memberikan *customer support* responsif dan empati melalui berbagai kanal (*in-app chat*, email, telepon, media sosial), mengurangi *downtime* sistem dengan *maintenance* terjadwal yang dikomunikasikan dengan baik, dan menunjukkan komitmen perlindungan konsumen melalui program asuransi transaksi dan garansi uang kembali.

- 4) **Memperkuat fitur keamanan dan transparansi.** Meskipun *perceived risk* tidak langsung mempengaruhi *trust*. Temuan bahwa *perceived risk* justru meningkatkan *adoption* menunjukkan bahwa pengguna yang sadar risiko cenderung lebih proaktif. Penyedia disarankan untuk memberikan edukasi keamanan melalui notifikasi berkala, menyediakan autentikasi dua faktor yang mudah diakses, memberikan transparansi kebijakan privasi dengan bahasa sederhana, serta menyediakan mekanisme pelaporan keluhan yang responsif dengan *response time* maksimal 24 jam.
- 5) **Melakukan personalisasi pengalaman pengguna berbasis perilaku.** Implementasi *machine learning* untuk memberikan rekomendasi *merchant* atau promo yang relevan, pengaturan notifikasi yang dapat dikustomisasi, serta *dashboard* yang menampilkan informasi transaksi dalam format mudah dipahami akan meningkatkan *perceived usefulness* sekaligus memperkuat *trust* terhadap penyedia.

5.2.3 Saran Bagi Regulator dan Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam menyusun kebijakan peningkatan literasi dan inklusi keuangan digital:

- 1) **Menyusun regulasi yang mendorong standarisasi keamanan tanpa menghambat inovasi.** Regulator disarankan untuk menetapkan standar minimum enkripsi data dan autentikasi pengguna, mewajibkan mengaudit keamanan berkala oleh pihak ketiga independen, serta membentuk mekanisme penyelesaian sengketa yang cepat dan adil antara pengguna dan penyedia *e-wallet*.

- 2) **Meningkatkan literasi keuangan digital melalui program edukasi sistematis.** Pemerintah dan regulator disarankan meluncurkan kampanye nasional tentang penggunaan *e-wallet* yang aman dan bijak melalui media sosial dan influencer, berkolaborasi dengan institusi pendidikan untuk memasukkan literasi keuangan digital dalam kurikulum, serta menyediakan platform edukasi *online* interaktif dengan gamifikasi untuk meningkatkan *engagement* masyarakat.
- 3) **Mendorong kemampuan bekerja sama antar platform *e-wallet* untuk meningkatkan kemanfaatan.** Regulator disarankan untuk memperluas implementasi QRIS yang lebih terintegrasi, menstandarisasi proses transfer antar *e-wallet* tanpa biaya tambahan yang berlebihan, serta mengembangkan ekosistem pembayaran digital yang lebih inklusif sehingga nilai fungsional *e-wallet* semakin tinggi dan adopsi lebih luas.

5.2.4 Saran Bagi Pengguna *E-Wallet* Generasi Milenial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada Generasi Milenial mengenai manfaat, kemudahan, dan risiko penggunaan *e-wallet*:

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1) Memaksimalkan penggunaan *fitur keamanan* yang tersedia.

Pengguna disarankan untuk mengaktifkan autentikasi dua faktor, menggunakan *password* yang kuat dan unik, rutin memeriksa riwayat transaksi untuk mendeteksi aktivitas mencurigakan, serta tidak memberikan informasi pribadi atau OTP kepada pihak lain terutama mengingat temuan bahwa kesadaran risiko mendorong penggunaan yang lebih bijak.

2) Pahami kebijakan privasi dan syarat ketentuan penyedia *e-wallet*.

Pengguna disarankan meluangkan waktu membaca poin-poin penting dalam kebijakan privasi, memahami bagaimana data pribadi digunakan dan dilindungi, mengetahui mekanisme pengaduan jika terjadi masalah, sehingga meningkatkan kepercayaan melalui pengetahuan yang lebih baik.

3) Manfaatkan *fitur financial management* untuk optimalisasi keuangan pribadi.

Pengguna disarankan menggunakan fitur-fitur seperti *expense tracking*, *budgeting tools*, dan laporan pengeluaran bulanan untuk merencanakan keuangan dengan lebih baik sehingga meningkatkan *perceived usefulness* dan mendorong penggunaan *e-wallet* yang lebih intensif.

4) Menggunakan *e-wallet* secara bijak dan sesuai kemampuan finansial.

Pengguna disarankan untuk menggunakan *e-wallet* hanya untuk transaksi yang diperlukan dan sesuai dengan kemampuan finansial, memprioritaskan pengeluaran untuk kebutuhan penting, dan menghindari perilaku konsumtif berlebihan sehingga penggunaan *e-wallet* memberikan manfaat finansial yang optimal.