

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji variabel independen seperti *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *trust*, *perceived risk*, dan *personal innovativeness* terhadap *behavioral intention* penggunaan aplikasi *e-wallet* LinkAja dengan menggunakan model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). Pada pengujian ini, penulis menggunakan aplikasi olah data IBM SPSS Statistic 22. Berikut ini merupakan pembahasan mengenai hasil pengujian setiap variabel pada penelitian ini,

1. Variabel *performance expectancy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* yang ditunjukkan dari hasil penelitian bahwa *performance expectancy* memiliki nilai Sig. 0,000 ( $< 0,05$ ) dan nilai t sebesar 6,484 ( $> 1,65$ ). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan pengguna bahwa LinkAja dapat memberikan manfaat, meningkatkan produktivitas, dan mempercepat transaksi dalam kehidupan sehari-hari, maka akan semakin tinggi niat perilaku mereka untuk menggunakan aplikasi LinkAja. *Performance expectancy* merupakan salah satu faktor dominan yang mempengaruhi keputusan pengguna dalam mengadopsi *e-wallet* LinkAja.
2. Variabel *effort expectancy* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention* yang ditunjukkan dari hasil penelitian bahwa *effort expectancy* memiliki nilai Sig. 0,421 ( $> 0,05$ ) dan nilai t sebesar 0,807 ( $< 1,65$ ). Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi LinkAja tidak menjadi faktor penentu utama dalam mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan *e-wallet* LinkAja. Hal ini dapat disebabkan karena teknologi *e-wallet* sangat familiar dan umum digunakan oleh masyarakat, sehingga aspek kemudahan tidak menjadi pembeda yang

signifikan. Selain itu, adanya berbagai kendala teknis dan operasional yang dialami pengguna seperti kegagalan sistem, keterbatasan *merchant*, dan batasan nominal transaksi membuat *effort expectancy* tidak berpengaruh secara signifikan.

3. Variabel *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* yang ditunjukkan dari hasil penelitian bahwa *social influence* memiliki nilai  $Sig. 0,000 (< 0,05)$  dan nilai  $t$  sebesar  $7,326 (> 1,65)$ . Hal ini menunjukkan bahwa rekomendasi dan pengaruh dari orang-orang terdekat seperti keluarga, teman, dan kerabat memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk niat pengguna untuk menggunakan LinkAja. Semakin besar pengaruh sosial yang positif dari lingkungan sekitar, maka akan semakin tinggi niat perilaku pengguna untuk menggunakan *e-wallet* LinkAja. *Social influence* merupakan faktor dengan pengaruh terbesar dalam penelitian ini.
4. Variabel *facilitating conditions* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* yang ditunjukkan dari hasil penelitian bahwa *facilitating conditions* memiliki nilai  $Sig. 0,153 (> 0,05)$  dan nilai  $t$  sebesar  $-1,436 (< 1,65)$ . Penelitian ini menunjukkan bahwa ketersediaan informasi, panduan penggunaan, dan pengetahuan tentang manfaat LinkAja tidak secara signifikan mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan aplikasi. Selain itu dikarenakan *facilitating conditions* lebih berperan dalam tahap implementasi penggunaan teknologi, bukan pada tahap pembentukan niat perilaku seseorang.
5. Variabel *trust* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention* yang ditunjukkan dari hasil penelitian bahwa *trust* memiliki nilai  $Sig. 0,664 (> 0,05)$  dan nilai  $t$  sebesar  $0,435 (< 1,65)$ . Walaupun secara teoritis *trust* merupakan faktor penting dalam adopsi teknologi finansial, dalam konteks penelitian ini *trust* tidak berpengaruh signifikan. Hal ini dikarenakan LinkAja sebagai produk BUMN yang diawasi oleh Bank Indonesia sudah memiliki kredibilitas institusional yang kuat, sehingga faktor ini tidak lagi menjadi hambatan utama. Selain itu, responden

penelitian sudah familiar dengan penggunaan *e-wallet* secara umum, sehingga tingkat kepercayaan terhadap teknologi digital *payment* sudah terbentuk.

6. Variabel *perceived risk* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* yang ditunjukkan dari hasil penelitian bahwa *perceived risk* memiliki nilai *Sig.* 0,035 ( $< 0,05$ ) dan nilai *t* sebesar 2,122 ( $> 1,65$ ). Penemuan ini menunjukkan bahwa persepsi risiko yang dirasakan pengguna, seperti rasa khawatir akan pencurian uang, serangan hacker, dan kesalahan transaksi, berpengaruh terhadap niat penggunaan LinkAja. Pengaruh yang positif menunjukkan bahwa pengguna yang mementingkan risiko memiliki niat perilaku yang tinggi untuk menggunakan LinkAja.
7. Variabel *personal innovativeness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* yang ditunjukkan dari hasil penelitian bahwa *personal innovativeness* memiliki nilai *Sig.* 0,036 ( $< 0,05$ ) dan nilai *t* sebesar 2,109 ( $> 1,65$ ). Hal ini menunjukkan bahwa kepribadian pengguna yang inovatif, terbuka terhadap teknologi baru, dan memiliki inisiatif untuk mencoba sistem pembayaran terbaru berpengaruh positif terhadap niat menggunakan LinkAja. Pengguna dengan tingkat *personal innovativeness* yang tinggi akan cenderung lebih tertarik mengeksplor dan menggunakan *e-wallet* LinkAja sebagai alternatif sistem pembayaran digital.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran untuk Perusahaan

Dikarenakan *e-wallet* LinkAja memiliki posisi yang belum begitu baik dibandingkan dengan *e-wallet* lainnya, saran yang dapat diberikan oleh penulis kepada perusahaan LinkAja, sebagai berikut.

1. Diharapkan Perusahaan LinkAja dapat terbuka terhadap inovasi dengan menawarkan fitur-fitur menarik dan bermanfaat yang dapat memudahkan pengguna dalam menggunakan aplikasi *e-wallet* LinkAja. Saran ini didasarkan dari penelitian yang dilakukan oleh

Vankatesh et al. (2012) yang menekankan pentingnya pengembangan fitur yang memberikan nilai utilitarian dan hedonis bagi pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy* merupakan prediktor kuat dari behavioral intention, sehingga perusahaan perlu mengembangkan fitur-fitur yang tidak hanya bermanfaat tetapi juga menyenangkan (hedonic) untuk meningkatkan adopsi dan penggunaan berkelanjutan.

2. Diharapkan perusahaan LinkAja dapat meningkatkan perkembangan teknologi terkini untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dan dapat bersaing dengan para perusahaan kompetitor. Saran ini didasarkan dari penelitian yang dilakukan oleh Maruping et al. (2016) mengatakan bahwa *facilitating conditions*, yang mencakup infrastruktur teknologi dan dukungan teknis, merupakan faktor penting yang mempengaruhi behavioral expectation dan actual use. Perusahaan perlu terus meningkatkan teknologi (*server capacity, processing speed, network reliability*) untuk memastikan pengalaman pengguna yang optimal dan mempertahankan keunggulan kompetitif.
3. Diharapkan perusahaan LinkAja dapat memperkuat aplikasi *e-wallet* LinkAja dan terus memperhatikan sistem keamanan bagi para pengguna untuk mencegah terjadinya kejadian seperti pencurian uang atau risiko negatif yang tidak diinginkan di masa mendatang. Saran ini didasarkan dari penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh et al. (2012) menunjukkan bahwa *facilitating conditions*, termasuk aspek keamanan dan dukungan teknis, sangat penting terutama bagi pengguna yang lebih tua dan kurang berpengalaman. Sistem keamanan yang kuat akan meningkatkan kepercayaan dan mengurangi kecemasan penggunaan, yang akan meningkatkan *behavioral intention* pada penggunaan *e-wallet* LinkAja.

### 5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Bagi para peneliti yang memiliki ketertarikan untuk melanjutkan dan mengembangkan penelitian ini, terdapat saran yang dapat dipertimbangkan, sebagai berikut.

1. Pada penelitian selanjutnya diharapkan peneliti dapat menambahkan variabel-variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini, seperti *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* untuk memberikan variatif variabel dan memperdalam faktor apa saja yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan *e-wallet* LinkAja. Saran ini didasarkan dari penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh et al. (2012) yang mengatakan bahwa *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* untuk konteks penggunaan teknologi konsumen. Penelitian ini menunjukkan bahwa dengan menambahkan ketiga variabel ini dapat meningkatkan varians yang dijelaskan dalam *behavioral intention*.
2. Pada penelitian selanjutnya diharapkan peneliti dapat memperluas cakupan geografis penelitian dengan tidak hanya mencantumkan area Jabodetabek saja tetapi juga beberapa kota besar yang ada di Indonesia untuk memperoleh gambaran yang lebih meyakinkan dan komprehensif terhadap *behavioral intention* *e-wallet* LinkAja. Saran ini didasarkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh et al. (2012) bahwa generalisasi temuan penelitian perlu diuji di berbagai konteks geografis yang berbeda karena faktor budaya dan tingkat kemajuan teknologi dapat mempengaruhi hasil penelitian. Perluasan cakupan geografis akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang adopsi teknologi di berbagai wilayah.
3. Pada penelitian ini memiliki jumlah indikator yang terbatas pada masing-masing variabel yaitu 3-4 indikator saja, Pada penelitian selanjutnya diharapkan bahwa peneliti dapat menambahkan lebih banyak indikator pada setiap variabelnya untuk mendukung hasil penelitian yang lebih akurat dan mendalam. Saran ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Tamilmani et al. (2021) yang

mengatakan bahwa dengan jumlah indikator yang lebih banyak (4-5 indikator per variabel) dapat menghasilkan validitas konvergen dan diskriminan yang lebih baik.



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA