



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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

Dari hasil yang didapatkan peneliti di dalam penelitian ini dengan menggunakan pengukuran *structural equation modeling* (SEM) menunjukkan bahwa hasil yang didapatkan menggambarkan bahwa tidak semua daripada variabel menggambarkan kecocokan dengan model penelitian yang dilakukan saat ini. Namun, pada indikator serta variabel ditemukan bahwa memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang baik.

Namun berdasarkan daripada penelitian yang terdahulu yang dilakukan oleh Schierz et al. (2010) ditemukan bahwa model struktural dari ke sembilan hipotesis yang di teliti tidak semuanya memiliki hasil yang sama dengan temuan daripada Schierz et al. (2010). Kemudian dapat disimpulkan bahwa hasil daripada model struktural yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. *Perceived usefulness* memiliki pengaruh yang positif kepada *attitude toward using mobile payment* calon pengguna line pay e-cash. hasil ini diketahui dari hasil *t-value* yang ditemukan diangka 2.21 yang berada diatas angka 1.96. Kemudian diketahui bahwa calon pengguna line pay e-cash akan semakin memiliki sikap positif kepada line pay e-cash jika line pay e-cash menawarkan kegunaan yang akan membantu calon penggunanya dalam kegiatan sehari – hari yang berhubungan dengan pembayaran.

2. *Perceived ease of use* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *attitude towards using mobile payment*. hal ini diketahui dari hasil *t-value* yang didapatkan yaitu -0.22 atau di bawah target *t-value* yaitu 1.96. Dari hal itu diketahui bahwa calon pengguna line pay e-cash jika ditawarkan berupa kemudahan yang memberikan manfaat, maka mereka akan tertarik untuk menggunakan line pay e-cash. Namun dalam penelitian ini, calon pengguna line pay e-cash tidak menganggap bahwa kemudahan merupakan hal yang akan mempengaruhi sikap mereka dalam menggunakan line pay e-cash.
3. *Perceived ease of use* berpengaruh positif *perceived usefulness*. Hal ini didapatkan dari hasil *t-value* yaitu 6.49 atau berada diatas angka 1.96. maka daripada itu didapatkan kesimpulan bahwa semakin memudahkannya aplikasi yang ditawarkan oleh line pay e-cash maka calon pengguna line pay e-cash akan merasa aplikasi itu semakin berguna dan bermanfaat bagi mereka.
4. *Perceived security* memiliki pengaruh yang positif *attitude towards using mobile payment*. hasil pengaruh tersebut diketahui dari hasil *t-value* yang berada pada angka 3.42. Maka daripada itu didapatkan kesimpulan bahwa penting bagi line dan juga bank mandiri dalam menjaga keamanan dalam bertransaksi menggunakan line pay e-cash. Karena keamanan bertransaksi dan juga keamanan informasi mengenai pengguna sangatlah penting dalam hubungan dengan sikap calon pengguna line pay e-cash. Semakin aman line pay e-cash, maka akan semakin meningkat positif pula sikap calon pengguna line pay e-cash.

5. *Perceived compatibility* memiliki pengaruh yang positif *perceived usefulness*. Hasil ini didapatkan dari hasil *t-value* diangka 6.57 dari angka target 1.96. Maka dapat dikatakan bahwa aplikasi line pay e-cash sesuai dengan *lifestyle* daripada calon pengguna line pay e-cash, maka semakin mereka menganggap bahwa line pay e-cash memberikan manfaat yang tepat untuk mereka.
6. *Perceived compatibility* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *attitude towards using mobile payment*. hasil ini didapatkan karena hasil *t-value* yang didapat adalah 0.94 atau dibawah target 1.96. pada kenyataannya dapat dikatakan bahwa *lifestyle* dapat mempengaruhi sikap mereka dalam menggunakan *mobile payment*. namun dalam penelitian ini, ditemukan bahwa *lifestyle* tidak mempengaruhi sikap calon pengguna line pay e-cash dalam menggunakan line pay e-cash.
7. *Perceived compatibility* berpengaruh positif terhadap *Intention to use mobile payment*. hasil ini didapat dari hasil *t-value* 2.18 atau diatas angka standar 1.96. Maka dapat dikatakan semakin aplikasi line pay e-cash sesuai dengan *lifestyle* daripada calon pengguna line pay e-cash, maka hal tersebut akan berpengaruh positif kepada keinginan calon konsumen untuk menggunakan line pay e-cash.
8. *Subjective norms* berpengaruh positif terhadap *attitude towards using mobile payment*. hasil ini diketahui dari hasil *t-value* yang didapatkan dengan angka 3.95 atau diatas angka batas seharusnya (1.96). Maka dapat disimpulkan bahwa dorongan daripada orang yang dianggap penting bagi

calon pengguna line pay-cash dapat mempengaruhi sikap daripada calon pengguna line pay e-cash.

9. *Attitude towards using mobile payment* memiliki pengaruh yang positif terhadap *intention to use mobile payment*. Hasil ini diketahui dari hasil *t-value* 4.43 yang berada diatas angka 1.96. dari hasil itu pula menunjukkan bahwa calon konsumen line pay e-cash tertarik dalam menggunakan aplikasi tersebut karena didasarkan kepada dorongan *lifestyle*, serta kegunaan yang ditawarkan yang akhirnya mempengaruhi *intention to use* line pay e-cash.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kepada analisis daripada hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti ingin agar penelitian yang sudah dilakukan ini bermanfaat baik kepada perusahaan maupun kepada peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian dengan topik yang sama ataupun objek yang sama agar hasilnya lebih mendalam berdasarkan pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived compatibility*, *subjective norms*, *attitude towards using mobile payment*, dan *intention to use mobile payment*.

### 5.2.1 Saran Untuk Perusahaan

Berikut merupakan beberapa saran yang diberikan peneliti kepada perusahaan:

1. Peneliti menilai bahwa seharusnya pembelian stiker dapat dilakukan dengan menggunakan line pay e-cash. dengan itu, peneliti mengusulkan agar line pay e-cash menambah fitur untuk melakukan

pembelian stiker dan theme berbayar pada line melalui aplikasi *mobile*. Dengan meningkatkan pilihan konsumen dalam menggunakan line pay e-cash, peneliti percaya hal tersebut akan meningkatkan sikap konsumen line pay e-cash menjadi semakin positif. Lebih akan mempengaruhi pula jika pada akhirnya line menyediakan promo khusus untuk tiap pembelian line sticker dan theme dengan menggunakan pembayaran line pay e-cash.

2. Meningkatkan kerjasama dengan aplikasi uber dan grab sehingga pada saat melakukan pemesanan uber dan grab melalui line, dapat langsung melakukan pembayaran dengan menggunakan line pay e-cash.
3. Menawarkan cara yang lebih mudah untuk melakukan pembayaran. Yaitu dengan cara menambahkan fitur line pay e-cash yang terintegrasi dengan cara pembayaran *offline* untuk dapat bertransaksi dimana saja. Line pay e-cash ini nantinya diharapkan dapat menjadi salah satu terobosan yang dapat mengikuti gaya tren daripada orang indonesia yang terbiasa menggunakan cara seperti menggunakan NFC. Dengan kedatangan line pay e-cash cara baru ini, diharapkan dapat mencakup keinginan konsumen line pay e-cash dalam gabungan kemudahan yang ditawarkan untuk melakukan pembayaran secara *offline*.
4. Dengan melakukan kerjasama dengan salah satu antivirus terkemuka yaitu Kaspersky. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen kepada line pay e-cash sehingga nantinya diharapkan dengan kehadiran Kaspersky yang bekerjasama dengan line pay e-cash maka isu keamanan dalam line pay e-cash sendiri akan semakin dipercaya.

Sehingga dengan dipublikasikannya kerjasama ini, orang tidak ragu akan tingkat keamanan dari informasi pribadi maupun dari gangguan seperti *phising* maupun *virus*.

5. Dalam hal ini, peneliti beranggapan bahwa line pay e-cash dapat meningkatkan keinginan calon pengguna dalam menggunakan line pay e-cash dengan cara line pay e-cash berkolaborasi ataupun bekerjasama dengan *event* seperti, Hype Festival PIK, festival kuliner serpong dan juga Jakcloth. Dalam acara itu, nantinya line pay e-cash akan dijadikan sebagai alat pembayaran yang memberikan promo dan hadiah menarik dalam festival itu. Dengan demikian, para calon konsumen yang belum mencoba menggunakan line pay e-cash akan tertarik dan mendapatkan *experience* saat menggunakan line pay e-cash sesuai dengan *lifestyle* yang mereka punya.
6. Dengan melengkapi fitur *split-bill* pada aplikasi line pay e-cash. Fitur ini nantinya akan terintegrasi dengan fitur line messenger. Jika biasanya untuk melakukan acara reuni atau sedang ingin melakukan pembelian sesuatu yang dilakukan bersama teman 1 grup akan rumit karena tempat tinggal yang berbeda – beda. Namun dengan fitur ini, pembagian daripada uang yang dikumpulkan akan lebih mudah dan diharapkan akan dapat membantu memudahkan.
7. Melakukan *event* kerjasama antara line pay e-cash dengan Lazada. Pemilihan Lazada ini dikarenakan seperti yang dilansir oleh chip.co.id Lazada merupakan *e-commerce* dengan jumlah pengunjung terbesar yaitu sekitar 27% dari total pengguna *e-commerce*. Dengan kerjasama

ini, setiap pembelian di lazada menggunakan line pay e-cash akan mendapatkan promo dan potongan khusus.

### 5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Berikut merupakan beberapa saran yang diberikan peneliti kepada penelitian berikutnya:

1. Untuk penelitian ini digunakan variabel *perceived security*, namun penelitian berikutnya dapat memperluas variabel tersebut menjadi variabel *perceived risk* dengan terdapat dimensi *perceived security*, *perceived cost* dan sebagainya.
2. Dalam penelitian ini, penulis memilih menargetkan responden yang belum pernah menggunakan aplikasi line pay e-cash untuk melihat faktor yang mempengaruhi *intention to use* daripada line pay e-cash. Penelitian berikutnya dapat memilih responden yang sudah pernah menggunakan aplikasi line pay e-cash dengan tujuan untuk melihat faktor yang mempengaruhi *intention to recommend* pada aplikasi line pay e-cash.
3. Dalam penelitian berikutnya, peneliti memberikan masukan agar dalam mendapatkan profil responden berdasarkan *budget* belanja *online* per bulan haruslah memberikan batas bawah agar hasil dari penelitian tidak bias.
4. Untuk penelitian berikutnya dapat digunakan objek penelitian yang sudah semakin diperbaharui. Dengan meneliti menggunakan objek penelitian *mobile payment* yang semakin ter-*update* diharapkan hasil yang didapatkan akan lebih akurat berhubung *mobile payment* semakin gencar dan banyak perubahan dan perkembangan dalam waktu dekat.