

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan:

1. Variabel yang berpengaruh signifikan terhadap variabel sikap penggunaan yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan.
2. Variabel yang berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan layanan *mobile payment* yaitu sikap penggunaan dan kontrol perilaku.
3. Variabel yang tidak berpengaruh signifikan pada variabel minat menggunakan layanan *mobile payment* yaitu norma subjektif.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini memiliki keterbatasan dan diharapkan dapat disempurnakan pada penelitian selanjutnya. Adapun keterbatasan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Responden pada penelitian ini hanya Mahasiswa Fakultas Ekonomi UII yang sudah menggunakan layanan *mobile payment* dan yang belum menggunakan layanan *mobile payment*.
2. Objek yang digunakan pada penelitian ini adalah layanan *mobile payment*.

3. Penelitian ini hanya menggunakan beberapa variabel yang dapat mempengaruhi minat menggunakan layanan *mobile payment* yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, sikap penggunaan, norma subjektif dan kontrol perilaku.

5.3 Saran

Penelitian ini masih terdapat banyak keterbatasan sehingga saran untuk dapat menyempurnakan penelitian selanjutnya yaitu:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan responden yang sudah menggunakan layanan *mobile payment* saja agar dapat menunjukkan hasil yang sebenarnya.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan lebih spesifik pada objek penelitiannya misalnya penggunaan ovo, gopay, dana, dan lain-lain.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan model ini dengan mempertimbangkan variabel potensial lainnya yang belum digunakan pada penelitian ini misalnya variabel risiko, kondisi dari fasilitas, motivasi hedonis, pengaruh social, kebiasaan dan lain-lain.

5.4 Implikasi Penelitian

1. Bagi Perusahaan Layanan *Mobile Payment*

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan layanan *mobile payment* untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan layanan *mobile payment*. Dalam penelitian ini, faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan layanan *mobile payment* secara langsung yaitu sikap penggunaan dan kontrol perilaku dan faktor yang tidak langsung mempengaruhi minat menggunakan layanan *mobile payment* yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan. Apabila masyarakat merasa layanan *mobile payment* berdampak positif maka minat menggunakan layanan *mobile payment* menjadi lebih besar. Perusahaan layanan *mobile payment* dapat membuat layanan *mobile payment* semakin berkembang dan meningkatkan layanannya agar makin banyak yang berminat terhadap layanan *mobile payment*.

2. Bagi Calon Pengguna dan Pengguna Layanan *Mobile Payment*

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi pengguna dan calon pengguna yang berminat menggunakan layanan *mobile payment*. Menurut hasil penelitian ini bahwa penggunaan layanan *mobile payment* banyak kelebihan seperti lebih mudah digunakan, praktis, efektif, mudah dipahami sehingga responden pada penelitian ini merasa layanan *mobile payment* berdampak positif bagi dirinya sehingga akan bersikap positif terhadap layanan *mobile*

payment. Diharapkan bagi pengguna layanan *mobile payment* yang sudah berminat akan tetap menggunakan layanan *mobile payment* dalam bertransaksi dan bagi calon pengguna akan berminat pada layanan *mobile payment* karena sudah mengetahui kelebihan dari layanan *mobile payment*.

