BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian dan pembahasan atas temuan yang diperoleh, pada bagian ini disajikan kesimpulan penelitian, kontribusi dan implikasi penelitian, keterbatasan penelitian, serta saran yang diajukan baik bagi peneliti berikutnya maupun pihak-pihak yang terkait dengan hasil penelitian ini.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada analisis dan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Temuan menunjukkan bahwa hubungan variabel *User innovation* menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan terhadap Attitude yang berarti sesuai dengan hipotesis pertama dimana User innovation mendorong terhadap *Attitude* secara langsung.
2. Temuan menunjukkan bahwa hubungan variabel *Perceived Ease of Use* menunjukkan hubungan yang negatif dan tidak signifikan terhadap Attitude yang berarti tidak sesuai dengan hipotesis kedua dimana *Perceived Ease of Use* mendorong terhadap *Attitude* secara langsung.
3. Temuan menunjukkan bahwa hubungan variabel *Perceived Benefit* menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan terhadap *Attitude* yang berarti sesuai dengan hipotesis ketiga dimana *Perceived Benefit* mendorong terhadap *Attitude* secara langsung.
4. Temuan menunjukkan bahwa hubungan variabel User innovation menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan terhadap Intention to

lib.mercubuana.ac.id
Menteng

Re-Use yang berarti sesuai dengan hipotesis keempat dimana User innovation mendorong terhadap Intention to Re-Use secara langsung.

5. Temuan menunjukkan bahwa hubungan variabel *Perceived Ease of Use* menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan terhadap *Intention to Re-Use* yang berarti sesuai dengan hipotesis kelima dimana *Perceived Ease of Use* mendorong terhadap Intention to Re-Use secara langsung.
6. Temuan menunjukkan bahwa hubungan variabel *Perceived Benefit* menunjukkan hubungan yang negatif dan signifikan terhadap *Intention to Re-Use* yang berarti tidak sesuai dengan hipotesis keenam dimana Perceived Benefit mendorong terhadap *Intention to Re-Use* secara langsung.
7. Temuan menunjukkan bahwa hubungan variabel Attitude menunjukkan hubungan yang positif dan tidak signifikan terhadap *Intention to Re-Use* yang berarti tidak sesuai dengan hipotesis ketujuh dimana *Attitude* mendorong terhadap *Intention to Re-Use* secara langsung.
8. Temuan menunjukkan bahwa hubungan variabel attituted tidak terbukti dapat memediasi pengaruh antara User innovation dan Intention to Re-Use yang berarti tidak sesuai dengan hipotesis kedelapan dimana *Attitude* dapat mendorong hubungan User innovation dan Intention to Re-Use secara langsung.
9. Temuan menunjukkan bahwa hubungan variabel attituted tidak terbukti dapat memediasi pengaruh antara Perceived Ease of Use dan Intention to Re-Use yang berarti tidak sesuai dengan hipotesis kesembilan dimana

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id
Menteng

Attitude dapat mendorong hubungan Perceived Ease of Use dan Intention to Re-Use secara langsung.

10. Temuan menunjukkan bahwa hubungan variabel attituted tidak terbukti dapat memediasi pengaruh antara Perceived Benefit dan Intention to Re-Use yang berarti tidak sesuai dengan hipotesis kesembilan dimana *Attitude* dapat mendorong hubungan Perceived Benefit dan Intention to Re-Use secara langsung.

5.2. Implikasi Penelitian

Hasil penelitian telah memberikan pemahaman baru mengenai pengaruh Pengaruh *Perceived Ease of Use, Perceived Benefit*, dan *User Innovation*, Terhadap *Intention to Re-Use* Gopay yang dimediasi peran sikap pengguna di Jakarta.

5.2.1 Implikasi Teoritis

Berdasarkan pada ada beberapa model yang dapat digunakan, Salah satunya adalah *Technology Acceptance Model*. Davis (1989) mengembangkan TAM dari model *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang sebelumnya diteliti dan ditulis oleh Ajzen & Fishbein (1975) dan diharapkan dari penelitian tersebut dapat menemukan dan memvalidasi variabel baru yang dapat digunakan untuk menjadi variabel hipotesa dalam penelitian berbasis komputer. TAM dilakukan pengujian dengan menggunakan 2 variabel pengukuran: *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*. Dalam penelitian tersebut, didapat hasil positif dimana kedua variabel ditemukan memiliki nilai dan pengaruh yang positif antara variabel *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Re-Use* Gopay.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id
Menteng

5.2.2 Implikasi Aplikatif

Terdapat kekurangan studi yang membahas perilaku konsumen yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam *Intention to Re-Use Gopay*. Studi ini mengisi celah ini. Selain itu, bagi pengusaha/wiraswasta yang bisnisnya berafiliasi dengan pembayaran menggungkan Gopay dapat memanfaatkan temuannya untuk memperbaiki suasana dengan tujuan mengembangkan dan meningkatkan *Intention to Re-Use* Gopay dalam pembayaran produknya. Namun penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, karena instrumen didistribusikan menggunakan google form yang di sebarkan melalui aplikasi Whatsapp/WA secara pribadi, itu menyebabkan ada unsur-unsur yang hilang seperti wawancara untuk menggali lebih dalam lagi informasi mengenai *Intention to Re-Use Gopay*. Kedua, selain itu karena waktu yang pendek maka dalam penelitian ini hanya menggunakan sedikit sampel.

5.3. Saran

Saran-saran yang peneliti berikan bagi kesempurnaan penelitian-penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Intention to Re-Use ini mungkin mempengaruhi konsumen secara berbeda. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan gender dan kohort untuk melihat perbedaan hasil.
2. Untuk penelitian selanjutnya hendaknya memerlukan waktu yang lebih panjang karena untuk mendapatkan sampel yang lebih besar sehingga penelitian tentang topik ini akan lebih akurat dan komprehensif. Selain itu,

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id
Menteng

merekrut Responden di lokasi akan lebih direkomendasikan untuk mendapatkan peserta nyata dengan pengalaman asli yang telah berkali-kali menggunakan aplikasi Gopay.

3. Untuk penelitian dimasa mendatang hendaknya menambahkan variable gender sebagai variable moderasi. Selain itu juga perlu menambahkan variable perceive risk untuk melengkapi persepsi dari variable yang sudah digunakan.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id
Menteng