

## BAB 5

### SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. *Perceived sacrifice* terbukti memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap *perceived value* *Sauan Mobile* pada anggota CU *Sauan Sibbarung Toraja*. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi *perceived sacrifice* maka semakin rendah nilai *perceived value* *Sauan Mobile* pada anggota CU, oleh sebab itu, maka hipotesis 1 diterima.
2. *Perceived benefit* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *perceived value* *Sauan Mobile* pada anggota CU. Ini berarti, semakin tinggi *perceived benefit* maka semakin tinggi pula *perceived value*-nya. Jadi, hipotesis 2 diterima.
3. *Perceived value* terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *adoption intention* *Sauan Mobile* pada anggota CU *Sauan Sibbarung*, yang berarti semakin tinggi *perceived value* maka *adoption intention* anggota CU *Sauan Sibarrung*-pun juga akan semakin tinggi. Dengan demikian hipotesis 3 diterima.
4. Berdasarkan hasil analisis *indirect effect* terdapat pengaruh yang signifikan pada *perceived benefit* terhadap *adoption intention* melalui *perceived value*. Koefisien yang dihasilkan bernilai positif, yang dapat diartikan bahwa semakin tinggi *perceived benefit* maka akan membuat pengaruh *perceived value* terhadap *adoption intention* juga akan meningkat. Sedangkan, pada pengujian pengaruh *perceived sacrifice* terhadap *adoption intention* melalui *perceived value* tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada hubungan *perceived sacrifice* terhadap *adoption intention* melalui *perceived value*.

5. *Age* tidak memoderasi pengaruh *perceived value* terhadap *adoption intention*. Maka, hipotesis 4 ditolak.

## 5.2 Keterbatasan

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah jumlah sampel yang digunakan terlalu kecil sehingga tidak dapat digunakan untuk mewakili populasi. Akan lebih baik untuk menambah jumlah sampel lebih dari ukuran sampel pada penelitian ini (lebih dari 180) untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat. Keterbatasan lainnya adalah kurangnya pengetahuan responden terhadap topik kuesioner yang diberikan yang menyebabkan jawaban kuesioner responden mungkin tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya yang benar - benar dirasakan responden.

## 5.3 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dibuat, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

### 5.3.1 Saran Akademis

1. Pada penelitian selanjutnya, peneliti diharapkan menambah referensi atau jurnal penelitian untuk dapat mendukung teori dan pengaruh moderasi variabel *age* pada pengaruh *perceived value* terhadap *adoption intention*, agar dapat mengetahui lebih jelas mengenai pengaruh moderasi *age* khususnya pada generasi X dan generasi Y pada pengaruh *perceived value* terhadap *adoption intention*.
2. Untuk penelitian selanjutnya, akan lebih baik untuk menambahkan variabel lain sebagai seperti pendidikan, dan jenis kelamin, agar dapat mengetahui pengaruh atau perbedaan signifikan dari uji moderasi pada penelitian ini lebih lanjut.

### 5.3.2 Saran Praktis

1. Pada pembahasan di bab sebelumnya, dimensi *innovation resistance* dengan indikator “Saya memiliki sudut pandangan yang baik tentang Sauan *Mobile*”, memiliki nilai rata – rata yang paling rendah dibandingkan dengan indikator lainnya. Maka diharapkan pihak CU Sauan Sibarrung Toraja dapat memberikan penyuluhan yang lebih intens pada anggota CU terkait informasi dari aplikasi Sauan *Mobile*, agar anggota CU dapat memiliki sudut pandang yang baik terhadap aplikasi Sauan *Mobile*.
2. Berdasarkan hasil penelitian, *perceived sacrifice* memiliki pengaruh negatif yang cukup tinggi sehingga mempengaruhi *perceived value* dari Sauan *Mobile*, oleh karena itu akan lebih baik jika pihak CU Sauan Sibarrung dapat terus memperbaiki dan menginovasi aplikasi Sauan *Mobile* menjadi lebih baik lagi agar *perceived sacrifice* dapat dikurangi.
3. Berdasarkan statistik deskriptif dari *perceived benefit*, jawaban yang paling dominan berada pada dimensi *usefulness* dengan indikator “Penggunaan Sauan *Mobile* dapat menyelesaikan transaksi lebih cepat”, maka diharapkan CU Sauan Sibarrung harus mempertahankan atau meningkatkan *perceived benefit*-nya agar dapat meningkatkan *perceived value* dari Sauan *Mobile* sehingga membuat anggota CU Sauan Sibarrung yang belum menggunakan Sauan *Mobile* menjadi ingin menggunakannya dengan meng-*upgrade* aplikasi Sauan *Mobile* secara berkala, agar dapat mempercepat proses transaksi pengguna.
4. Hasil pembahasan dan analisis menemukan bahwa semakin tinggi *perceived value* maka akan semakin tinggi pula *adoption intention* anggota CU Sauan Sibarrung terhadap Sauan *Mobile*, maka dari itu diharapkan CU dapat terus meningkatkan *perceived value* dari Sauan *Mobile* dengan meningkatkan *perceived benefit*-nya seperti, dan memberikan bantuan bagi anggota CU yang masih kesulitan menggunakan aplikasi, dan memberikan layanan *customer service* 24 jam untuk membantu pengguna Sauan *Mobile* yang mengalami

kesulitan dalam bertransaksi dengan *Sauan Mobile*, serta mengurangi *perceived sacrifice*-nya dengan cara memperbaharui aplikasi *Sauan Mobile* secara berkala untuk meningkatkan kualitas layanan dari aplikasi, dan memberikan penyuluhan kepada anggota CU mengenai kemudahan dari penggunaan *Sauan Mobile* dalam bertransaksi.

5. Pada pembahasan, *age* memiliki perbedaan kecil pada pengaruh *perceived value* terhadap *adoption intention* meskipun tidak signifikan. Dimana anggota CU yang merupakan generasi Y lebih tertarik untuk mengadopsi dan bertransaksi dengan *Sauan Mobile* dibandingkan dengan anggota CU yang merupakan generasi X. Hal ini dapat menjadi masukan bagi pihak CU *Sauan Sibarrung* untuk mengedukasi dan membantu anggota yang merupakan generasi X untuk menggunakan *Sauan Mobile*, karena dilihat dari sejarah generasi nya sendiri, generasi X merupakan generasi yang terlahir pada masa era transisi teknologi (1965 – 1980), sehingga tidak menutup kemungkinan mereka yang terlahir pada generasi ini memiliki keraguan dalam menggunakan *Sauan Mobile* ataupun kesulitan dalam menggunakan/bertransaksi dengan *Sauan Mobile*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. and Joachimsthaler, E. (2000) 'The Brand Relationship Spectrum', 42(4)
- Agarwal, Ritu, Prasad, J. (1998) 'A Conceptual and Operational Definition of Personal Innovativeness in the Domain of Information Technology', (April 2015).
- Alamsyah, I. E. (2019) *Koperasi di Indonesia Disebut Alami Lompatan Besar*, *REPUBLIKA.co.id*. Available at:  
<https://republika.co.id/berita/ekonomi/keuangan/prk1ku349/koperasi-di-indonesia-disebut-alami-lompatan-besar> (Accessed: 3 July 2019)
- Blerkom, M. L. Van (2009) 'Measurement and Statistics for Teachers', p. 310
- Chen, Z. and Dubinsky, A. J. (2003) 'A Conceptual Model of Perceived Customer Value in E-Commerce : A Preliminary Investigation', 20(April 2003), pp. 323–347. doi: 10.1002/mar.10076.
- Desianti. (2018). CU Sauan Sibarrung Luncurkan Aplikasi Pelayanan Anggota Berbasis HP. Retrieved May 23, 2019, from <https://www.karebatoraja.com/cu-sauan-sibarrung-luncurkan-aplikasi-pelayanan-anggota-berbasi-hp>
- Dhebar, A. and Marketing, V. (1996) 'Information Technology and Product Policy : ' Smart ' Products', 14(5), pp. 477–485.
- Eka, R. (2018). Tren Perkembangan "Mobile Payment" di Indonesia. Retrieved May 23, 2019, from <https://dailysocial.id/post/perkembangan-mobile-payment-indonesia>.
- Hair, Joseph F, Black, William C, Babin, Barry J, Anderson, R. E. (2010) *Multivariate Data Analysis :A Global Perspective*. 7th edn. Essex : Pearson Education.
- Hair, Joseph F, Hult, G. Thomas M, Ringle, Christian M., Sarstedt, M. (2017) *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Second Edi. SAGE Publications, Inc.
- Henseler, J. (2016) 'PDF hosted at the Radboud Repository of the Radboud University Nijmegen PLS-MGA : A Non-Parametric Approach to Partial Least Squares-based Multi-Group'. doi: 10.1007/978-3-642-24466-7.

- Jogiyanto, Prof., Abdillah, W. (2016) *Konsep & Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*. 6th Editio. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta
- Kim, H., Chan, H. C., & Gupta, S. (2007). Value-based Adoption of Mobile Internet : An empirical investigation, *43*, 111–126. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2005.05.009>
- Kim, Moon-koo, Oh, Jee Sun, Joo, C. (2018) ‘Authors ’, *Energy*. Elsevier B.V. doi: 10.1016/j.energy.2018.06.064.
- Kim, Y. J., Kim, Y., Park, Y., & Choi, J. (2017). A study on the adoption of IoT smart home service : using Value-based A study on the adoption of IoT smart home service : using Value-based Adoption Model. *Total Quality Management*, (October), 1–17. <https://doi.org/10.1080/14783363.2017.1310708>
- Lin, T. *et al.* (2012) ‘The integration of value-based adoption and expectation – confirmation models : An example of IPTV continuance intention’, *Decision Support Systems*. Elsevier B.V., 54(1), pp. 63–75. doi: 10.1016/j.dss.2012.04.004
- Natarajan, T., Balasubramanian, S. A., & Kasilingam, D. L. (2018). Technology in Society The moderating role of device type and age of users on the intention to use mobile shopping applications. *Technology in Society*, 53, 79–90. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2018.01.003>
- National Credit Union Administration (2013) ‘Federal Credit Union Act’. Available at:[https://www.ncua.gov/Legal/Documents/fcu\\_act.pdf](https://www.ncua.gov/Legal/Documents/fcu_act.pdf)<http://www.ncua.gov/legal/pages/fcuact.aspx>.
- Pararak, A. (2018). Launching Sauan Payment Platform: Koperasi Jaman Now, Bayarnya Bisa Online! Retrieved May 23, 2019, from [https://www.cusauansibarrung.org/index.php/component/tz\\_portfolio/article/item/13-berita/item/136-launching-sauan-payment-platform-koperasi-jaman-now-bayarnya-bisa-online](https://www.cusauansibarrung.org/index.php/component/tz_portfolio/article/item/13-berita/item/136-launching-sauan-payment-platform-koperasi-jaman-now-bayarnya-bisa-online)
- Pitoko, R. A. (2018). Ini Alasan Pesatnya Pertumbuhan Perusahaan Fintech di Indonesia. Retrieved May 23, 2019, from <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/04/13/231400926/ini-alasan-pesatnya-pertumbuhan-perusahaan-fintech-di-indonesia>
- Sugiyono (2015) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. 13th edn. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto, M. A. (2016) *Ini Perbedaan Generasi dan Kelebihannya*, *Tribunnews.com*. Available at:<http://www.tribunnews.com/tribunners/2016/05/15/ini-perbedaan-generasi->

dan-kelebihannya (Accessed: 3 July 2019).

- Teas, R. K. (1993) 'The Effects of Extrinsic Product Cues on Consumers ' Perceptions of Quality , Sacrifice , and Value [ cor I' ..
- Ting, H., Run, E. C. De and Ting, H. (2015) 'Young Adults ' Attitude towards Advertising : A Multi-Group Analysis by Ethnicity', 17(54), pp. 769–787. doi: 10.7819/rbgn.v17i54.
- Turel, O., Serenko, A. and Bontis, N. (2010) 'Information & Management User acceptance of hedonic digital artifacts: A theory of consumption values perspective', 47, pp. 53–59. doi: 10.1016/j.im.2009.10.002
- Venkatesh, V. (2012) 'Consumer Acceptance and Use of Information Technology : Extending the Unified Theory', 36(1), pp. 157–178.
- Yustisia, N. (2016) *Teori Generasi*, [www.dosen.perbanas.id](http://www.dosen.perbanas.id).