

BAB 5

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis dan pengujian hipotesis mengenai persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan kepercayaan maka didapat hasil sebagai berikut:

- a) Berdasarkan variabel persepsi kegunaan berdasarkan pengujian diperoleh nilai t hitung sebesar 2,194 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.031 ($p < 0,05$), hal ini berarti variabel persepsi kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *digital purse* OVO.
- b) Berdasarkan variabel persepsi kemudahan berdasarkan pengujian diperoleh nilai t hitung sebesar 2,377 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.019 ($p < 0,05$), hal ini berarti variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *digital purse* OVO.
- c) Berdasarkan variabel kepercayaan pengguna berdasarkan pengujian diperoleh nilai t hitung sebesar 4,265 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000 ($p < 0,05$), hal ini berarti variabel kepercayaan pengguna berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *digital purse* OVO.

5.2 Keterbatasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Semakin banyaknya *digital purse* yang bermunculan selain *digital purse* OVO
- b) Pembaruan sistem *digital purse* OVO terkait dari sistem pengamanan, tampilan menu, dan penggunaan dari aplikasi membuat penelitian senantiasa harus diperbarui sesuai dengan perkembangan

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyarankan kepada pihak peneliti selanjutnya dan pengembang sebagai berikut :

- a) Bagi penelitian selanjutnya dapat meneliti *digital purse* selain aplikasi OVO.
- b) Bagi peneliti selanjutnya dapat menambah variabel yang diteliti atau memperbarui penelitian yang saat ini telah dilakukan

DAFTAR PUSTAKA

- Aljazzaf, Z.M., Perry, M., dan Capretz, M.A. 2010. Online trust: Definition and principles. *In Computing in the Global Information Technology (ICCGI), 2010 Fifth International Multi-Conference on* (pp.163-168).
- Andhika, Bayu., danI, Dewa. 2019. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan , dan tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan uang elektronik. *E-Journal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol.27.2, Mei (2019):927-953. ISSN:2302-8556.
- Davis, F.D. 1986. “*Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-user Information System Theory and Result*,” Unpublished Doctoral Dissertation, MIT., 1986.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. 1989. User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003.
- Ghozali. 2017. *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi Dengan IBM SPSS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitaas Diponegoro.
- Istiarni, Panggih Rizki Dwi., dan Hadiprajitno, P.B. 2014. Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking Di Indonesia).*Diponegoro Journal of Accounting*, Vol. 3, No.2, pp. 888-897, Mar. 2014.
- Indrianoro, Nur., dan Supomo, Bambang. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. BPFE. Yogyakarta.
- Jogiyanto, H.M. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Edisi 2007. BPFE. Yogyakarta.
- Jogiyanto, H. M. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*.Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset.
- Julianto, Pramdia Arhando. 2018. *BI: Sepanjang 2017 Uang Kartal Beredar Capai Rp 694 Triliun*. Didapatkan dari

<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/01/07/090000326/bi-sepanjang-2017-uang-kartal-beredar-cap-rp-694-triliun>, 09 Juni 2020, pukul 20:20 WIB.

Kurniawan, Adhitya Reza. 2014. Pengaruh Motivasi Karir, Motivasi Ekonomi, Dan Motivasi Gelar Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Mengikuti Pendidikan Profesi Akuntansi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Diponegoro). *Skripsi, Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang*.

Maharsi, Sri., dan Fenny. 2006. Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking di Surabaya. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Universitas Kristen Petra*. Vol.8.1. Mei (2006):35-51.

Malhotra, Naresh K. 1993. *Marketing Research An Applied Orientation*, second edition, Prentice Hall International Inc, New Jersey.

Nadia, Nurits. 2019. Pengaruh Persepsi Mahasiswa Mengenai Uang Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO. *Skripsi S-1, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta*.

Rahayu, P.P. 2019. Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta). *Skripsi S-1, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta*.

Rahayu, R.W. 2018. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko, dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay Dari PT.Gojek Indonesia (Studi Pada Masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta). *Skripsi S-1, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta*.

Setyowati, Desi. 2019. *Persaingan Bisnis Dompot Digital Makin Ketat dan Mengerucut*. Didapatkan dari <https://katadata.co.id/berita/2019/10/07/persaingan-bisnis-dompot-digital-makin-ketat-dan-mengerucut>, 09 Juni 2020, pukul 18:41 WIB.

Sugiono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

- Tony, Sitinjak., dan Leoni, Joan. 2019. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital GO-PAY. *Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie*. Vol.8.2. Mei (2019). ISSN: 2089-3477.
- Vhistika, Nisa Indira. 2017. Pengaruh Tingkat Pemahaman E-Money dan Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Pada Masyarakat Pemilik Uang Elektronik atau E-Money di Wilayah Tanah Abang). *Skripsi S-1, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta*.
- Wardhana, Onny Herlambang Putra. 2016. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Nilai, Pengaruh Sosial, Persepsi Resiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB (JIMFEB)*, 4(2), 5-28.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, Dede., Suhud, Usep. 2015. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. 6(1), 440-456.