

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui adanya pengaruh dari persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan kepercayaan (*trust*) terhadap minat penggunaan Go-Pay sebagai aplikasi *mobile payment* di Kabupaten Kudus. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 97 orang responden. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan beberapa hal yaitu sebagai berikut :

1. Variabel persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Go-Pay sebagai aplikasi *mobile payment* di Kabupaten Kudus. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi untuk pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan adalah $0,009 < 0,05$ dan nilai t hitung adalah $2,671 > t$ tabel $1,985$. Sehingga hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini diterima, hal ini dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh antara persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap minat penggunaan.
2. Variabel persepsi manfaat (*perceived usefulness*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Go-Pay sebagai aplikasi *mobile payment* di Kabupaten Kudus. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi untuk pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan adalah $0,014 < 0,05$ dan nilai t hitung adalah $2,515 > t$ tabel $1,985$. Sehingga hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini diterima, hal ini dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh antara persepsi manfaat (*perceived usefulness*) terhadap minat penggunaan.
3. Variabel kepercayaan (*trust*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Go-Pay sebagai aplikasi *mobile payment* di Kabupaten Kudus. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi untuk pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan adalah $0,049 < 0,05$ dan nilai t hitung adalah $1,998 > t$ tabel $1,985$. Sehingga hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini diterima, hal ini dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh antara kepercayaan (*trust*) terhadap minat penggunaan.
4. Variabel persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan kepercayaan (*trust*) secara

bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Go-Pay sebagai aplikasi *mobile payment* di Kabupaten Kudus. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan nilai signifikansi untuk pengaruh X1, X2 dan X3 secara simultan terhadap Y adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $23,449 > F$ tabel 2,70. Sehingga hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini diterima, hal ini dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh antara persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan kepercayaan (*trust*) secara bersama-sama (simultan) terhadap minat penggunaan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka saran yang diberikan untuk peneliti selanjutnya yaitu sebagai berikut :

1. Bagi penyedia layanan *mobile payment*
 - a. Adanya pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan layanan *mobile payment* diharapkan menjadi pertimbangan bagi penyedia layanan untuk semakin mengutamakan kemudahan penggunaan sehingga pengguna merasa nyaman dan fleksibel dalam menggunakan layanan tersebut.
 - b. Adanya pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan layanan *mobile payment* diharapkan menjadi pertimbangan bagi penyedia layanan untuk meningkatkan fungsi dan manfaat yang dimiliki oleh layanan tersebut, sehingga pengguna dapat merasakan efektivitas dalam penggunaannya.
 - c. Adanya pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan layanan *mobile payment* diharapkan menjadi pertimbangan bagi penyedia layanan agar selalu meningkatkan kemampuan untuk menyediakan layanan *mobile payment* yang berkualitas tinggi dan terpercaya.
2. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Peneliti yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama disarankan untuk lebih menyempurnakan penelitian seperti memberikan tambahan dengan menambahkan variabel-variabel yang masih belum digunakan pada penelitian ini seperti *perceived risk*, *cost*, *social influence*, *attitude* dan sebagainya. Hal ini tentu saja akan sangat baik karena penelitian akan dilakukan dengan masalah yang lebih luas dan sikap masyarakat yang lebih beragam.

- b. Layanan *mobile payment* di masa yang akan datang akan mengalami perubahan dan inovasi yang mungkin akan lebih kompleks. Sehingga peneliti dengan topik yang sama harus lebih memahami dengan baik terhadap perubahan tersebut.
- c. Sebelum melakukan penelitian lebih mendalam tentang *mobile payment*, peneliti harus memahami aplikasi *mobile payment* apa saja yang sering digunakan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

