

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang didapatkan dan pengujian yang telah dilakukan dengan melihat pengaruh persepsi kemudahan, persepsi fitur layanan, persepsi keamanan, persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap penggunaan *e-money* pada generasi millennial di kabupaten Kudus, dapat disimpulkan hasilnya sebagai berikut:

1. Variabel persepsi kemudahan menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar $3,034 > t$ tabel $1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,013 < 5\%$ ($0,05$). Sehingga dapat disimpulkan jika H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-money*. Artinya semakin tinggi kemudahan yang didapatkan maka akan semakin tinggi pula penggunaan *e-money* pada generasi millennial di kabupaten Kudus. Bilamana variabel kemudahan mempengaruhi penggunaan fasilitas *e-money* karena menganggap sistem atau layanan yang diberikan dan disediakan akan memudahkan berbagai kegiatan pengguna yang memanfaatkan fasilitas *e-money*.
2. Variabel persepsi fitur layanan menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar $5,112 > t$ tabel $1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 5\%$ ($0,05$). Sehingga dapat disimpulkan jika H_0 ditolak dan H_2 diterima. Dengan demikian persepsi fitur layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-money*. Artinya semakin beragamnya penyediaan fitur layanan maka akan semakin tinggi pula penggunaan *e-money* pada generasi millennial di kabupaten Kudus. Dimana minat menggunakan teknologi akan muncul jika sistem teknologi dirasa memberikan manfaat atau berguna dan penggunaannya mudah bagi penggunanya.
3. Variabel persepsi keamanan menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar $1,793 > t$ tabel $1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,016 < 5\%$ ($0,05$). Sehingga dapat disimpulkan jika H_0 ditolak dan H_3 diterima. Dengan demikian persepsi keamanan berpengaruh

secara positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-money*. Artinya semakin tinggi tingkat keamanan yang ditawarkan oleh penyedia produk maka penggunaan *e-money* pada generasi millennial di kabupaten Kudus juga akan semakin tinggi. Bilamana variabel keamanan mempengaruhi penggunaan fasilitas *e-money* karena masyarakat sudah percaya bahwa dengan menggunakan sistem *e-money* dapat meningkatkan kinerjanya dengan aman.

4. Variabel persepsi manfaat menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar $3,083 > t$ tabel $1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,003 < 5\%$ ($0,05$). Sehingga dapat disimpulkan jika H_0 ditolak dan H_4 diterima. Dengan demikian persepsi manfaat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-money*. Artinya semakin besar manfaat yang diterima pengguna maka akan semakin besar pula penggunaan *e-money* pada generasi millennial di kabupaten Kudus. Dimana masyarakat memilih untuk menggunakan fasilitas *e-money* tentu merasakan adanya manfaat dan mampu meningkatkan kinerjanya.
5. Variabel persepsi risiko menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar $3,124 > t$ tabel $1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,002 < 5\%$ ($0,05$). Sehingga dapat disimpulkan jika H_0 ditolak dan H_5 diterima. Dengan demikian persepsi risiko berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-money*. Artinya semakin tinggi tingkat pencegahan terjadinya risiko yang diterapkan maka akan semakin tinggi pula penggunaan *e-money* pada generasi millennial di kabupaten Kudus. Dalam hal ini persepsi risiko berpengaruh terhadap penggunaan *e-money* karena berdasarkan pernyataan responden merasa bahwa tidak ada risiko yang signifikan untuk menggunakan sistem tersebut.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, semoga mampu memberikan manfaat untuk semua pihak yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Adapun saran yang bisa diberikan kepada pihak terkait sebagai masukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya adalah dengan memfokuskan pada beberapa variabel yang tepat dalam melihat penggunaan fasilitas *e-money* serta memperluas populasi dan sampel penelitian untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih relevan lagi.
2. Bagi perusahaan diharapkan dapat melakukan sosialisasi kepada masyarakat untuk bertransaksi, hal ini dikarenakan masih adanya masyarakat yang belum mengetahui tentang gunanya produk *e-money*. Senantiasa menjaga kepercayaan masyarakat dan meningkatkan layanan yang diberikan.

