

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Perceived risk* berpengaruh signifikan terhadap *perceived ease of use e-wedding gift* di Kota Padang dengan arah pengaruhnya negatif. Hal ini menunjukkan jika persepsi resiko penggunaan *e-wedding gift* beresiko tinggi dalam membuat kesalahan transaksi, maka *e-wedding gift* tersebut akan sulit digunakan untuk bertransaksi *e-wedding gift*.
2. *Perceived risk* berpengaruh signifikan terhadap *customer attitude* pada penggunaan *e-wedding gift* di Kota Padang dengan arah pengaruhnya negatif. Hal ini berarti dengan peningkatan penilaian persepsi resiko penggunaan *e-wedding gift* maka sikap pengguna dan calon pengguna yang berniat menggunakan akan mengalami penurunan untuk menggunakan *e-wedding gift*.
3. *Perceived risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use E-Wedding Gift* di Kota Padang. Hal ini menunjukkan persepsi resiko yang dimiliki pengguna dan calon pengguna yang berniat menggunakan *e-wedding gift* tidak mempengaruhi *behavioral intention to use*, hal ini disebabkan untuk mempergunakan *e-wedding gift* dibutuhkan link tautan dari undangan digital sehingga konsumen belum dapat memastikan resiko

yang terjadi karena pada umumnya belum pernah menggunakan sehingga tidak mempengaruhi *behavioral intention to use e-wedding gift*.

4. *Perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use e-wedding gift* di Kota Padang. Hal ini menunjukkan meski pengaplikasian penggunaan *e-wedding gift* dapat digunakan oleh siapa saja yang ingin menggunakannya, namun karena untuk menggunakan membutuhkan usaha terlebih dahulu seperti mendapatkan tautan *link* dari hal ini mereka tidak tertarik untuk berniat menggunakannya.
5. *Customer attitude* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use e-wedding gift* di Kota Padang dengan arah pengaruhnya positif. Hal ini menunjukkan *e-wedding gift* merupakan alternatif pemberian kado pernikahan yang mudah untuk dimanfaatkan, karena tidak memerlukan untuk mencari kado pernikahan maupun jika menghadiri pesta tanpa membawa kado pun pengguna dan yang berniat menggunakan tetap dapat memberikan kado pernikahan secara digital.
6. *Perceived risk* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use* melalui *customer attitude* pada penggunaan *e-wedding gift* di Kota Padang, dengan arah pengaruh negatif. Hal ini berarti dengan peningkatan penilaian persepsi resiko penggunaan *e-wedding gift* maka sikap pengguna dan calon pengguna yang berniat menggunakan akan mengalami penurunan untuk menggunakan *e-wedding gift* hal tersebut berdampak pada *behavioral intention to use* yang juga akan mengalami penurunan.

## 5.2 Implikasi Hasil Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa temuan penting bagi pihak penyedia *e-wedding gift*, agar lebih memperhatikan persepsi risiko dalam penggunaan *e-wedding gift*, karena mempengaruhi *perceived ease of use* serta *customer attitude*. Dengan demikian diharapkan pada penanggulangan resiko perusahaan pembuat undangan pernikahan digital yang sekaligus menyediakan link tautan perbankan sebagai *e-wedding gift* pada undangannya, maupun menyediakan barcode pembayaran untuk dompet digital mempelajari lebih banyak cara untuk meyakinkan pengguna atas keamanan dalam penggunaan akses transaksi keuangan tersebut sehingga pengguna yakin bahwa penggunaan transaksi secara digital terjaga keamanannya. Selain itu memastikan bahwa setiap transaksi hanya dapat diakses oleh penggunanya masing-masing yang dikaitkan dengan akun transaksi digital pengguna sehingga inovasi dalam pemberian kado pernikahan yang berkembang dengan mengadopsi teknologi dapat semakin berkualitas dan terus digunakan.

Selanjutnya pada penelitian ini *customer attitude* juga sangat mempengaruhi *behavioral intention to use e-wedding gift* di kota Padang. Dengan demikian diharapkan untuk meningkatkan perbaikan dalam sikap pengguna untuk menggunakan *e-wedding gift* baik melalui tautan link perbankan yang disediakan pada undangan pernikahan digital maupun barcode pembayaran dompet digital. Dimana dengan menciptakan alternatif pemberian kado pernikahan yang mudah untuk dimanfaatkan penyedia fasilitas juga harus meningkatkan keamanan dalam penyediaan *link* tautan perbankan maupun barcode pembayaran dompet digital

yang digunakan. Hal ini karena berhubungan dengan data pribadi pengguna untuk dapat mengakses meskipun dalam setiap transaksi diberlakukan kode keamanan seperti OTP untuk membuat transaksi dapat terlaksana.

Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat dikembangkan agar pemanfaatan penggunaan *e-wedding gift* sebagai adopsi teknologi perbankan maupun dompet digital untuk alternatif kado pernikahan dapat diterapkan secara lebih baik lagi, hal ini dikarenakan pada umumnya responden yang mengisi kuesioner belum pernah menggunakan meski mengetahui *e-wedding gift*. Hal ini menyebabkan konsumen tidak dapat memastikan bagaimana benar persepsi resiko mereka terhadap layanan *e-wedding gift* yang mereka dapatkan melalui tautan link undangan digital pernikahan maupun barcode pembayaran dompet digital.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan dan kelemahan, hal ini diharapkan dapat menjadi perbaikan untuk penelitian selanjutnya, adapun keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah:

1. Jumlah sampel dalam penelitian ini masih dalam skala kecil yaitu 160 responden yang merupakan pengguna dan yang berniat menggunakan *e-wedding gift* di Kota Padang.
2. Objek penelitian ini yaitu pengguna dan yang berniat menggunakan *e-wedding gift* di Kota Padang, sehingga hasil penelitian ini hanya bisa diimplementasikan di Kota Padang, jika dilakukan penelitian di daerah lain hasil penelitian ini belum tentu sama.

## 5.4 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti memiliki beberapa saran yang sebagai berikut:

1. Bagi Pemilik Jasa pembuatan *E-Wedding Gift*
  - a. Bagi Pemilik Jasa pembuatan e-wedding gift diharapkan dapat meningkatkan pengenalan *e-wedding gift* pada calon pengguna sehingga calon pengguna jadi familiar dengan fasilitas ini.
  - b. Pihak Pemilik Jasa pembuatan *e-wedding gift* harus memperhatikan segi resiko yang dapat ditimbulkan ketika menautkan link perbankan atau dompet digital pada undangan pernikahan yang dibuat.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
  - a. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah variabel lain yang mempengaruhi *behavioral intention to use* ini dengan menggunakan objek yang berbeda dan sampel penelitian yang lebih besar ruang lingkupnya.
  - b. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas cakupan daerah objek penelitian lebih dari satu wilayah dan atau memfokuskan kesalah satu generasi.