

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui analisis faktor *continuous intention* penggunaan *mobile payment* dengan menggunakan metode UTAUT2 ditambah dengan variabel kepercayaan dan persepsi keamanan dikalangan mahasiswa S1 Universitas Andalas angkatan 2017-2020. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu 200 mahasiswa dari 15 fakultas yang berbeda dengan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan merupakan data primer dengan angket skala likert. Metode analisis data yang digunakan analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

Hasil analisis data memperlihatkan bahwa semua pernyataan dalam masing-masing variabel tersebut valid dan reliabel. Untuk uji normalitas, hasilnya memperlihatkan bahwa data terdistribusi normal. Untuk uji multikolinearitas, hasilnya menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas. Dan untuk uji heteroskedastisitas dengan uji white, hasilnya menjelaskan bahwa regresi tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada uji hipotesis, hasil memperlihatkan bahwa riset ini mempunyai nilai  $R^2$  yaitu 0,614 yang bermakna variabel independent pada penelitian ini hanya dapat menjelaskan 61,4% terhadap *continuous intention* penggunaan *m-payment*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tiga variabel sesuai dengan hipotesis yaitu harapan kinerja, harapan upaya, dan kebiasaan dan enam variabel tidak sesuai dengan hipotesis yaitu efek sosial, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, orientasi penghematan harga, persepsi keamanan dan

kepercayaan. Paparan hasil penelitian yang didominasi oleh enam variabel yang hipotesisnya ditolak walaupun hasil deskriptifnya tinggi dikarenakan objeknya mahasiswa, yang mana dibatasi oleh uang saku mereka yang masih diperoleh dari orangtuanya sehingga mereka tidak terlalu sering menggunakan layanan *m-payment*.

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah diungkapkan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan pertama, Harapan kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap CI *m-payment*. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi kinerja yang didapatkan dalam penggunaan layanan *m-payment* maka akan semakin tinggi pula CI *m-payment* pada mahasiswa S1 Universitas Andalas angkatan 2017-2020. Artinya, mayoritas dari responden peneliti yang berniat untuk melanjutkan penggunaan *m-payment* dipengaruhi oleh transaksi kinerja *m-payment* yang dapat meningkatkan produktivitas kinerja secara efektif dan efisien. Kedua, Harapan upaya berpengaruh positif signifikan terhadap CI *m-payment*. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi kemudahan yang didapatkan dalam penggunaan layanan *m-payment* maka akan semakin tinggi pula CI *m-payment* pada mahasiswa S1 Universitas Andalas angkatan 2017-2020. Artinya, mayoritas dari responden peneliti yang berniat untuk melanjutkan penggunaan *m-payment* dipengaruhi oleh kemudahan dalam mengoperasikan layanan *m-payment* sehingga dengan cepat ahli dalam memanfaatkannya. Ketiga, Efek sosial berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap CI *m-payment*. Hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh dari kenalan seperti teman, orangtua dan lainnya untuk niat melanjutkan penggunaan *m-payment* pada mahasiswa S1 Universitas Andalas angkatan 2017-2020. Keempat, Kondisi fasilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap CI *m-payment*. Hal

ini menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh kondisi fasilitas untuk niat melanjutkan penggunaan *m-payment* pada mahasiswa S1 Universitas Andalas angkatan 2017-2020. Penyebabnya adalah layanan *m-payment* telah berkembang pesat dan responden merasa secara independen dapat mengolah informasi yang sudah ada sehingga tidak begitu mementingkan infrastruktur teknis. Kelima, Motivasi hedonis berpengaruh positif tidak signifikan terhadap CI *m-payment*. Hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh kesenangan yang diperoleh untuk niat melanjutkan penggunaan *m-payment* pada mahasiswa S1 Universitas Andalas angkatan 2017-2020. Responden tidak memikirkan variasi fitur-fitur menguntungkan, dimana mereka hanya memanfaatkan beberapa fitur layanan utama untuk bertransaksi *m-payment*. Keenam, Kebiasaan berpengaruh positif signifikan terhadap CI *m-payment*. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi kebiasaan dalam penggunaan layanan *m-payment* maka akan semakin tinggi pula CI *m-payment* pada mahasiswa S1 Universitas Andalas angkatan 2017-2020. Artinya, mayoritas dari responden peneliti yang berniat untuk melanjutkan penggunaan *m-payment* dipengaruhi oleh kebiasaan yang dapat meningkatkan intensi melanjutkan *m-payment*. Kebiasaan yang dialami oleh responden terjadi karena transaksi melalui *m-payment* dapat memberikan penawaran iklan dan promosi menarik disertai dengan penghematan waktu dan tenaga sehingga dapat memotivasi penggunaan layanan *m-payment*. Ketujuh, Orientasi Penghematan Harga berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap CI *m-payment*. Hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh dari orientasi penghematan harga untuk niat melanjutkan penggunaan *m-payment* pada mahasiswa S1 Universitas Andalas angkatan 2017-2020. Konsumen tidak terlalu mementingkan penghematan

harga yang dirasakan apabila menggunakan layanan *m-payment*. Penghematan harga dapat diklaim berupa *cashback*, diskon, poin dan lainnya, sehingga apabila pengguna memenuhi syarat dan ketentuan transaksi *m-payment* dapat mengklaim promosi tersebut. Disisi lain, adanya faktor urgensi yang menyebabkan pengguna tidak terlalu mementingkan penghematan harga yang didapatkan, Kedelapan, Persepsi Keamanan berpengaruh negatif signifikan terhadap CI *m-payment*. Hal ini menunjukkan bahwasanya responden peneliti tidak memikirkan persepsi tinggi atau rendahnya suatu keamanan layanan *m-payment*. Hal ini disebabkan, karena penyedia layanan sudah menjamin keamanan sejak awal baik secara langsung maupun tidak langsung. Kesembilan, Kepercayaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap CI *m-payment*. Hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh kepercayaan untuk niat melanjutkan penggunaan *m-payment* pada mahasiswa S1 Universitas Andalas angkatan 2017-2020. Kurangnya kepercayaan pengguna karena adanya persepsi risiko yang meliputi penipuan, penyalahgunaan data pengguna, hacker dan hal lainnya.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan penelitian, hal ini dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Peneliti hanya menganalisis faktor *continuous intention* penggunaan *m-payment* dengan menggunakan model UTAUT2 ditambah variabel persepsi keamanan dan kepercayaan.
- b. Penelitian ini hanya dilaksanakan pada mahasiswa aktif S1 Universitas Andalas angkatan 2017-2020 dengan jumlah sampel penelitian terbatas

yaitu hanya sebanyak 200 responden, sehingga belum menggambarkan secara keseluruhan pengguna yang melakukan layanan *m-payment*.

- c. Dalam riset ini, penelitian hanya menggunakan alat pengumpulan data yaitu berupa angket dimana masih ada indikasi kemungkinan kekurangan-kekurangan yang ditemui, seperti jawaban responden yang tidak cermat, tidak serius, menjawab asal-asalan dan tidak jujur.

### 5.3 Saran

1. Diharapkan peneliti selanjutnya untuk dapat menambahkan item variabel lain yang bisa mempengaruhi *continuous intention* penggunaan *m-payment* yang tidak diteliti dalam riset ini seperti: *life style*, kualitas sistim, finansial risiko, risiko teknologi dan lainnya.
2. Diharapkan peneliti lainnya dapat memperluas dan memperbanyak sumber data, tidak hanya dari angket melainkan bisa menambahkan data yang diperoleh dari metode lainnya seperti wawancara dan sebagainya.
3. Diharapkan peneliti selanjutnya agar dapat menambah jumlah sampel penelitian supaya hasil penelitian yang didapat lebih akurat dan lebih baik.
4. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat meneliti dengan objek yang berbeda dari penelitian ini seperti usia kerja.

## 5.4 Implikasi

### 1. Bagi Akademisi

Hasil riset ini diharapkan mampu memberikan peluang kontribusi terhadap pengembangan perilaku manajemen keuangan berbasis teknologi khususnya terhadap *continuous intention* penggunaan layanan *m-payment*. Dari penelitian ini diperlihatkan beberapa item variabel yang mampu memberikan pengaruh positif signifikan terhadap CI *m-payment* diantaranya adalah harapan kinerja, harapan upaya dan kebiasaan.

### 2. Manfaat Praktisi

Bagi penyedia layanan *m-payment*, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan untuk evaluasi dalam pengembangan produknya agar pengguna dapat terus melanjutkan penggunaan layanan *m-payment*. Dari hasil penelitian ini yaitu sebanyak 200 angket yang telah di sebar ada beberapa hal yang dapat dijadikan acuan untuk penyedia layanan *m-payment* yaitu pertama Harapan kinerja, ditemukan berpengaruh positif signifikan terhadap CI *m-payment*. Hal ini dikarenakan ketika pengguna melakukan transaksi *m-payment* mereka mendapatkan keefektifan dan keefisienan dalam bertransaksi sehingga dapat meningkatkan kinerja produktivitasnya. Dalam hal ini, selayaknya penyedia layanan agar terus dapat meningkatkan layanan dari kinerja *m-payment*nya supaya pengguna tetap terus memanfaatkan produk *m-payment*. Apalagi, terdapatnya pertumbuhan pemakai *m-payment* yang terus tumbuh dari tahun ke tahun sehingga dapat mempengaruhi kinerja sistem *m-payment*. Kedua Harapan

Upaya, ditemukan berpengaruh positif signifikan terhadap CI *m-payment*. Hal ini dikarenakan ketika pengguna melakukan transaksi *m-payment* mereka dapat dengan mudahnya melakukan transaksi *m-payment* tanpa adanya kendala dalam proses bertransaksi. Dalam hal ini, selayaknya penyedia layanan agar terus dapat meningkatkan kualitas layanan dari kemudahan *m-payment*nya supaya pengguna tetap terus memanfaatkan produk *m-payment*. Misalnya, tahapan pembayaran harus lebih dipersingkat dengan memperluas pengembangan fungsi “*one touch*”. Selain itu, bisa juga dengan menyediakan fungsi *push alarm* pembayaran dimana pelanggan dapat mengecek dan menyetujui pembayaran dimana saja tanpa memandang jarak sehingga pembayaran dapat dilakukan dengan cepat dan mudah. Ketiga Efek Sosial, ditemukan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap CI *m-payment*, yang mana berarti didalam penggunaan *m-payment* pengguna merasa sudah mandiri dalam menggunakannya, hal ini dikarenakan pada penelitian ini responden berada pada usia muda sehingga dinilai sudah paham penggunaan *smartphone* dan layanan *m-payment*. Meskipun demikian, bagi penyedia layanan diharapkan untuk dapat meningkatkan layanan pada fitur-fitur seperti berbagai macam bentuk informasi tutorial yang jelas dan sederhana pada *m-payment* supaya menghindari kesalahan dalam mengoperasikannya. Keempat Kondisi Fasilitas, ditemukan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap CI *m-payment*, yang mana berarti terdapat berbagai fitur yang cukup dapat memberikan penyelesaian masalah apabila pengguna mengalami kendala. Meskipun demikian, penyedia layanan diharapkan untuk dapat

meningkatkan pembaharuan penyediaan ketersediaan persyaratan fasilitas yang diperlukan untuk kelancaran pengembangan bisnis layanan *m-payment* seperti bantuan 24 jam, FAQ (*Frequently Asked Question*) yang lengkap dan detail, tutorial penggunaan aplikasi dan lainnya. Kelima Motivasi Hedonis, ditemukan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap CI *m-payment*, yang mana berarti pengguna tidak begitu memikirkan variasi fitur-fitur yang menguntungkan dimana pengguna hanya memanfaatkan hanya satu atau dua fitur layanan utama di dalam *m-payment*. Meskipun demikian, penyedia layanan agar selalu turut aktif untuk meningkatkan kesenangan pengguna dalam memanfaatkan fitur dan layanan produknya untuk menciptakan pengalaman transaksi yang menyenangkan dan menghibur seperti penambahan fitur animasi, fitur kuis, promosi, games dan lain sebagainya. Keenam Kebiasaan, ditemukan berpengaruh positif dan signifikan CI *m-payment*. Kebiasaan yang terjadi disebabkan karena adanya pengulangan aktivitas yang dinilai bermanfaat untuk dilakukan dalam bertransaksi *m-payment*. Dalam hal ini, bagi penyedia layanan untuk dapat meningkatkan layanan produknya seperti pembaharuan fitur aplikasi *m-payment* dengan user interface (antarmuka pengguna) dan user experience (pengalaman pengguna) yang menarik untuk mempertahankan pengguna agar tetap menggunakan *m-payment*. Karena semakin banyak pengguna yang terbiasa menggunakan teknologi sehingga dapat menjadi bagian dari rutinitas dan menjadi suatu kebiasaan. Ketujuh Orientasi Penghematan Harga, berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap CI *m-payment*, yang mana berarti harga yang lebih rendah tidak



menjadi patokan pengguna dalam bertransaksi *m-payment* karena harga yang didapatkan bersifat bervariasi diberbagai tempat baik secara *online* atau *offline*. Disisi lain, adanya faktor urgensi yang diterima pengguna, sehingga tidak terlalu memikirkan perbandingan harga asalkan *gap* yang dirasakan tidak terlalu jauh. Meskipun demikian, bagi penyedia layanan diharapkan untuk dapat meningkatkan iklan dan promosi yang bernilai disertai dengan memperluas korporasi atau kerrjasama dengan perusahaan ritel yang terkenal untuk menarik pengguna bertransaksi pada produknya seperti dalam bentuk voucher *cashback*, poin, diskon, dan lainnya yang nantinya bisa dimanfaatkan untuk bertransaksi selanjutnya. Kedelapan Persepsi keamanan, ditemukan berpengaruh negatif signifikan terhadap CI *m-payment*, yang mana berarti pengguna merasa tidak memikirkan persepsi tinggi atau rendahnya keamanan yang didapat karena penyedia layanan sudah menjamin keamanan baik secara langsung maupun tidak langsung melalui izin resmi dari OJK dan pembaharuan sistim keamanan yang berkelanjutan pada saat *maintenance*. Meskipun demikian, bagi penyedia layanan hendaknya selalu meningkatkan dan membaharui proteksi keamanan terbaru pada layanan *m-payment* agar terhindari dari berbagai hal yang tidak diinginkan sehingga dapat meminimalkan kesalahan dan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Kesembilan Kepercayaan ,ditemukan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap CI *m-payment*, yang mana berarti kurangnya kepercayaan pengguna terhadap layanan *m-payment* karena mereka merasakan kurangnya proteksi sistim keamanan sehingga meningkatkan rasa waspada yang turut berdampak kepada

keraguan dalam memakai layanan *m-payment*. Oleh karena itu, untuk penyedia layanan diharapkan dapat mengembalikan kepercayaan pengguna dengan cara selalu menguatkan sistim keamanan secara rutin dan memberikan bantuan kepada pengguna bagi yang terkena musibah, sehingga dapat meminimalisir risiko yang timbul bagi pengguna.

