

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini memiliki enam variabel yang diteliti yaitu *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, *triability*, *observability*, dan *intention to use*. Penelitian ini menggunakan kuesioner sehingga data yang didapat merupakan data primer yang disebar melalui *google form* serta disebar secara langsung ke responden, jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 144 orang yang merupakan generasi milenial di Kota Padang. Dari pembahasan serta penjelasan yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, penelitian ini memiliki 5 hipotesis, hasil dari semua hipotesis yang diuji berupa tiga pernyataan hipotesis diterima dan dua pernyataan hipotesis ditolak.

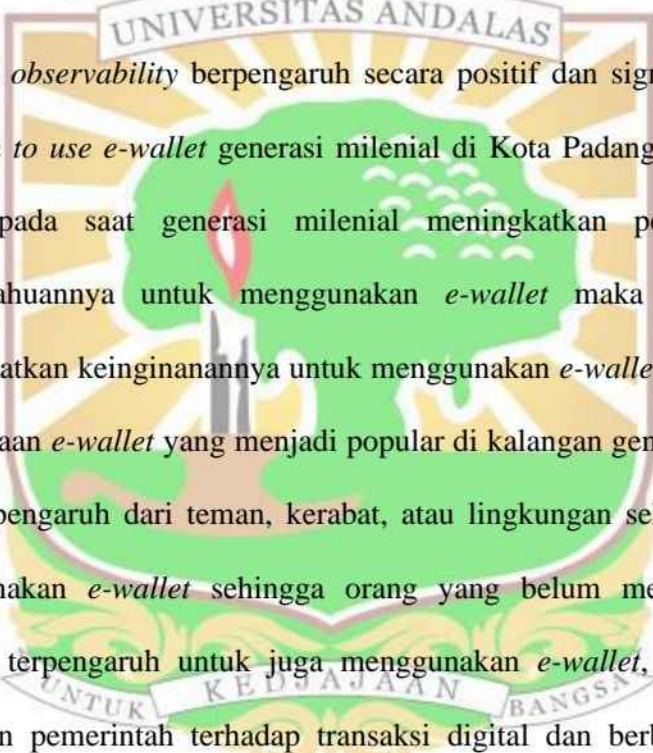
1. Variabel *relative advantage* mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap *intention to use e-wallet* generasi milenial di Kota Padang. Hal ini berarti bahwa responden akan berminat menggunakan *e-wallet* apabila mereka merasakan keuntungan dari penggunaan aplikasi *e-wallet* seperti kemudahan, kenyamanan, serta efisien dan efektif dibandingkan pembayaran lainnya. Oleh karena itu, semakin tinggi keuntungan relatif yang dirasakan generasi milenial di Kota Padang maka semakin tinggi pula minat untuk menggunakan *e-wallet* dalam bertransaksi.
2. Variabel *compatibility* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *intention to use e-wallet* generasi milenial di Kota Padang. Hal ini menunjukkan bahwa kehadiran *e-wallet* sesuai dengan tuntutan kebutuhan

masyarakat saat ini. Oleh karena itu, semakin tinggi kesesuaian *e-wallet* dengan kebutuhan, nilai dan praktik mereka saat ini maka semakin tinggi pula minat untuk menggunakan *e-wallet*.

3. Variabel *low complexity* tidak berpengaruh signifikan terhadap *intention to use e-wallet* generasi milenial di Kota Padang. Hal ini berarti bahwa kerumitan dalam menggunakan *e-wallet* tidak menjadi masalah bagi generasi milenial untuk tetap menggunakan *e-wallet* karena generasi milenial akan cepat mempelajari cara penggunaan *e-wallet* tersebut, sebab generasi milenial sudah akrab dengan teknologi. Semakin sulit atau mudahnya teknologi tidak akan mempengaruhi generasi milenial. Serta tingkat kerumitan penggunaan yang rendah tidak berpengaruh terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan *e-wallet* dikarenakan adanya perbedaan antar jenis *e-wallet* yang dirasakan pengguna, terdapat pengguna yang lebih nyaman menggunakan *e-wallet* jenis gopay ketimbang *e-wallet* jenis lainnya, begitu juga ada yang lebih nyaman menggunakan jenis *e-wallet* Ovo dibanding *e-wallet* jenis lainnya, dst. Karena kenyamanan yang dirasakan setiap orang berbeda-beda.

4. Variabel *triability* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *intention to use e-wallet* generasi milenial di Kota Padang. Artinya tingkat ketercobaaan inovasi produk baru (tingkat kemudahan/kerumitan pada saat konsumen mencoba *e-wallet*) tidak mempengaruhi minat konsumen untuk menggunakan *e-wallet*. Dikarenakan bahwa orang yang memiliki kepribadian selalu ingin tahu (inovasi tinggi) tentang produk baru akan

bersedia mencoba inovasi-inovasi baru. Dalam penelitian ini sebagian besar responden bukanlah pribadi dengan inovasi tinggi, terbukti mayoritas responden bukan yang pertama mengetahui *e-wallet*. Kemudian mayoritas responden juga bukanlah orang pertama yang mencoba *e-wallet*. Serta responden beranggapan bahwa mereka memiliki kepercayaan pada *e-wallet*, menganggapnya berguna dan aman serta tidak terlalu berisiko. Oleh karena itu mereka berpikir tidak perlu mencobanya terlebih dahulu.

- 
5. Variabel *observability* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *intention to use e-wallet* generasi milenial di Kota Padang. Hal ini berarti bahwa pada saat generasi milenial meningkatkan pengamatan dan keingintahuannya untuk menggunakan *e-wallet* maka akan semakin meningkatkan keinginannya untuk menggunakan *e-wallet*. Hal ini karena penggunaan *e-wallet* yang menjadi populer di kalangan generasi muda, dan adanya pengaruh dari teman, kerabat, atau lingkungan sekitar yang telah menggunakan *e-wallet* sehingga orang yang belum memakai *e-wallet* menjadi terpengaruh untuk juga menggunakan *e-wallet*, serta ditambah dukungan pemerintah terhadap transaksi digital dan berbagai iklan dan promosi yang gencar dilakukan oleh penyedia layanan *e-wallet*.

## 5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dapat dimanfaatkan oleh berbagai pihak salah satunya bagi perusahaan *financial technology* atau *e-wallet* itu sendiri. Hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dalam

mengatur strategi pemasaran produk mereka. Berikut diuraikan beberapa implikasi penelitian ini :

1. Hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan yang berguna terkait strategi yang dapat diadopsi oleh penyedia layanan *e-wallet* untuk meningkatkan jangkauan layanan mereka. Penelitian ini menunjukkan faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan *e-wallet*, manfaat yang didapatkan dari penggunaan *e-wallet* penting untuk mempengaruhi minat mereka dalam menggunakan *e-wallet*. Oleh karena itu, penulis menyarankan agar penyedia layanan dapat menawarkan manfaat yang berbeda dan mengartikulasikannya dengan baik melalui promosi dan iklan mereka, sehingga minat masyarakat untuk menggunakan *e-wallet* akan semakin tinggi.
2. Untuk meningkatkan kenyamanan pemakaian *e-wallet* dibandingkan dengan pembayaran lainnya disarankan ke penyedia layanan *e-wallet* untuk melakukan penyederhanaan fitur-fitur dan memperluas kemitraan dengan berbagai merchant agar para pengguna lebih nyaman menggunakan *e-wallet*. Serta untuk meningkatkan keefektifan dalam mengatur akun pembayaran disarankan ke penyedia layanan *e-wallet* untuk mengatur lebih detail dan sederhana akun pembayaran agar *lebih easy to use* dan *userfriendly*.
3. Responden dalam penelitian ini beranggapan bahwa tidak semua aspek dalam hidup mereka cocok dengan *e-wallet* terdapat aspek lain yang tidak dapat menggunakan *e-wallet*. Saran untuk penyedia layanan *e-wallet* adalah

memastikan produk (*e-wallet*) dapat digunakan di banyak *merchant* (memperluas kemitraan *merchant*), sehingga pengguna dapat melakukan transaksi di sebanyak mungkin *merchant* dan menjangkau toko-toko kecil agar pengguna dapat menggunakan *e-wallet* juga ketika mereka berbelanja di toko-toko kecil.

4. Penyedia layanan *e-wallet* memastikan kenyamanan pelanggan saat melakukan pembelian dengan mempercepat proses scan QR barcode serta memastikan sistem keamanan, membuat user id yang unik serta adanya pemberitahuan apabila terjadi aktivitas yang mencurigakan. Hal ini dikarenakan terkadang pengguna *e-wallet* merasa takut akan tersebarnya data-data atau privasi mereka ke pihak yang tidak bertanggung jawab.
5. Responden penelitian bukan orang yang pertama mencoba *e-wallet*. Dalam hal ini provider *e-wallet* lebih meningkatkan pengenalan produk baru/fitur baru bisa dengan iklan serta demo penggunaan layanan.
6. Meningkatkan penggunaan *e-wallet* oleh pengguna dengan meningkatkan promosi (berupa pemberian *cashback*, diskon, dll), iklan, serta menggunakan *brand ambassador* para *influencer* terkenal agar *e-wallet* menjadi *top of mind* di benak konsumen sehingga mereka rutin bertransaksi di *e-wallet*.
7. Sejak pemerintah mencanangkan GNNT (Gerakan Nasional Non Tunai) yang mendukung *cashless society*, masing – masing layanan *e-wallet* bermunculan dan mendapatkan respon yang berbeda-beda dari calon pengguna. Melalui penelitian ini, penulis membantu penyedia layanan

memahami faktor-faktor yang mendorong *intention to use* masyarakat untuk menggunakan *e-wallet*.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari hasil dalam penelitian ini memiliki keterbatasan dan belum sempurna yang dapat berpengaruh terhadap hasil penelitian. Oleh sebab itu, diharapkan keterbatasan penelitian ini dapat dijadikan perhatian untuk penelitian berikutnya. Berikut beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain :

1. Penelitian ini dilakukan selama masa pandemi Covid-19 yang mana disegala sektor di Indonesia terkena dampak, sehingga peneliti mengalami sedikit kesulitan dalam mengumpulkan data penelitian di karenakan pertemuan yang terbatas.
2. Penelitian ini hanya mempertimbangkan karakteristik difusi inovasi yang tertuang dalam lima variabel independen yaitu *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, *trialability*, *observability* dan variabel dependen yaitu *intention to use e-wallet*.
3. Objek yang dipilih penulis yaitu generasi milenial yang berlokasi di Kota Padang jika dibandingkan dengan populasi masyarakat di Kota Padang yang besar, ini sangat terbatas.

### 5.4 Saran Penelitian

Berikut saran yang bisa dipertimbangkan untuk penelitian di waktu yang akan datang :

1. Untuk penelitian selanjutnya dianjurkan menambah variabel lain yang dirasa lebih mempengaruhi *intention to use* yang tidak diteliti pada penelitian ini seperti *social influence*, *additional value*, *perceived risk* (dikarenakan adanya kekhawatiran dari responden terhadap kebocoran data pengguna *e-wallet*).
2. Diharapkan bahwa ruang lingkup area yang dipilih untuk penelitian masa yang akan datang diperluas, sehingga tingkat generalisasinya dapat lebih luas.
3. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat membandingkan respon milenial dengan non-milenial terkait *intention to use e-wallet*.
4. Penelitian selanjutnya disarankan memilih satu jenis *e-wallet* sebagai objek penelitian agar hasil yang didapatkan lebih spesifik dan lebih fokus pada satu objek penelitian saja.

Hasil penelitian ini bisa dipakai untuk penelitian di waktu yang akan datang sebagai rujukan atau referensi mengenai *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, *triability*, *observability* dan *intention to use* pada *e-wallet*.

