

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

6.1.1. Penemuan

Penelitian mengenai adopsi atau perilaku dan penerimaan *mobile wallet* di Indonesia dengan menggunakan model UTAUT2 ini menemukan bahwa:

1. *Habit* (kebiasaan) merupakan faktor signifikan paling kuat terhadap *Behavioral Intention* (niat perilaku) individu.
2. *Social Influence* (pengaruh sosial) juga merupakan faktor signifikan yang kuat terhadap *Behavioral Intention* (niat perilaku).
3. *Effort Expectancy* (ekspektasi upaya) dan *Hedonic Motivation* (motivasi hedonis) menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* (niat perilaku) individu.

6.1.2. Rekomendasi

Rekomendasi yang dapat diusulkan agar *mobile wallet* dapat diadopsi dengan baik oleh masyarakat Indonesia adalah:

1. Akan sangat baik dan dianjurkan bila dimungkinkan bagi penyedia layanan *mobile wallet* untuk bekerja sama dalam membentuk kebiasaan dan kebutuhan penggunaan *mobile wallet* sebagaimana pernah dilakukan pada metode pembayaran lain yang telah diadopsi dengan baik saat ini.
2. Industri atau perusahaan penyedia layanan *mobile wallet* harus memberikan lebih banyak perhatian pada rekomendasi, *review* dan *testimony* dari pengguna *mobile wallet* dalam media sosial, media cetak dan media televisi.

3. Perlu mengembangkan *mobile wallet* yang mudah, singkat dan sederhana untuk digunakan mulai dari prosedur pendaftaran atau registrasi, transaksi dan fitur-fitur tambahan lainnya.
4. Perlunya membangun teknologi *mobile wallet* yang menyenangkan dengan memperhatikan antarmuka dan pengalaman pengguna *mobile wallet*, misalnya dengan menambahkan konsep *gamification*.
5. Pentingnya mengembangkan teknologi *mobile wallet* yang mudah digunakan, menyenangkan dan memuaskan agar dapat mendorong konsumen untuk merekomendasikan *mobile wallet* kepada kerabat atau orang lain.

6.2. Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya terkait adopsi teknologi adalah:

1. Faktor lain yang belum diidentifikasi dalam penelitian ini seperti *trust* (kepercayaan), *anxiety* (kegelisahan), *perceived risk* (resiko yang dirasakan), *awareness* (kesadaran) dan *trialability* dapat ditambahkan.
2. Variabel moderator atau kontroler seperti *age* (usia), *gender* (jenis kelamin), *experience* (pengalaman), *volunteerism* (kesukarelaan) ataupun variabel lain dapat ditambahkan untuk memperdalam temuan.
3. Adopsi teknologi dengan menggunakan model UTAUT2 dapat diterapkan pada teknologi selain *mobile wallet* seperti teknologi *e-book* atau *e-text*.
4. Penelitian adopsi *mobile wallet* di masa mendatang, karena faktor kunci adopsi *mobile wallet* di Indonesia dapat berubah setelah melewati fase adopsi awal atau telah berada pada tahap kematangan adopsi teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qeisi, K. I., 2009. Analyzing the Use of UTAUT Model in Explaining an Online Behaviour: Internet Banking Adoption.
- Ajzen, I. & Fishbein, M., 2005. The Influence of Attitudes on Behavior. Dalam: D. Albarracín, B. T. Johnson & M. P. Zanna, penyunt. *The Handbook of Attitudes*. Mahwah, NJ: Erlbaum, pp. 173-221.
- Amoroso, D. L. & Magnier-Watanabe, R., 2012. Building a Research Model for Mobile Wallet Consumer Adoption: The Case of Mobile Suica in Japan. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 7(1), pp. 94-110.
- Bank Central Asia, P., 2016. *BCA Sakuku*. [Online]
Available at: <http://www.bca.co.id/sakuku>
[Diakses 1 Oktober 2016].
- Bank Mandiri, P., 2016. *Mandiri E-Cash*. [Online]
Available at: <http://mandiriecash.co.id/home/>
[Diakses 1 Oktober 2016].
- Berger, A. A., 2000. *Media and Communication Research Methods*. London: Sage Publications, Inc.
- Bhattacharjee, A. & Lin, C.-P., 2014. A Unified Model of IT Continuance Three Complementary Perspectives and Crossover Effects. *European Journal of Information Systems*, 24(4), pp. 1-10.
- Brown, S. A. & Venkatesh, V., 2005. Model of Adoption of Technology in the Household: A Baseline Model Test and Extension Incorporating Household

- Life Cycle. *MIS Quarterly*, 29(4), pp. 399-426.
- Confidential, N., 2012. *White Paper: The Mobile Wallet*, s.l.: GSM Association.
- Cox, C. & Sanchez, S., 2012. *Transforming the Customer Experience: The Promise of Mobile Wallets*, s.l.: First Data Corporation.
- Creswell, J., 2014. *Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approach*. 4th penyunt. California: SAGE Publication.
- Deng, L., Turner, D. E. E., Gehling, R. & Prince, B., 2010. User Experience, Satisfaction, and Continual Usage Intention of IT. *European Journal of Information Systems*, 19(1), pp. 60-75.
- Dodds, W. B., Monroe, K. B. & Grewal, D., 1991. Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers. *Journal of Marketing Research*, 28(3), pp. 307-319.
- Doku, 2010. *Doku-Tentang Kami*. [Online]
Available at: <http://dokuwallet.com/id/tentang-kami>
[Diakses 1 Oktober 2016].
- eCommerce, S., 2014. *Indonesia's eCommerce Landscape 2014: Insights into One of Asia Pacific's Fastest Growing Market*, s.l.: Singapore Post.
- Fishbein, M. & Ajzen, I., 1975. Belief, Attitude, Intention, and Behavior: an Introduction to Theory and Research.. *Reading, Mass.: Addison-Wesley pub. Co.*, p. 197.
- Gaitan, J. A., Peral, B. P. & Jeronimo, M. A. R., 2015. Elderly and Internet Banking: An Application of UTAUT2. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 20(1), pp. 1-24.
- Ghozali, I., 2014. *Model Persamaan Struktural, Konsep dan Aplikasi dengan*

Program AMOS 22.00 Update Bayesian SEM. VI penyunt. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Glajcen, D., 2011. *A Comparative Analysis of Mobile Phone-Based Payment Services in the United States and South Africa*, Arizona: Northcentral University.

Go-Jek, 2016. *Go-Pay*. [Online]

Available at: <http://www.go-pay.co.id/>

[Diakses 1 Oktober 2016].

Guo, J., Nikou, S. & Bouwman, H., 2015. Business Model for Mobile Payment in China. *International Journal of Systems and Service-Oriented Engineering*, 5(2), pp. 20-43.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E., 2010. *Multivariate data analysis: a global perspective*. Upper Saddle River, N.J: Pearson Education.

Indonesia, P. e., 2013. *Multiplatform Mobile Banking System (MMBS)*. [Online]

Available at: <http://www.emobile.com.sg/products.php?language=1>

[Diakses 22 Agustus 2016].

Insight, G., 2012. *The Mobile Payments Readiness Index: A Global Market Assessment*, s.l.: MasterCard. Proprietary and Confidential.

Jeffus, B., Zeltmann, S., Griffin, K. & Chen, A., 2015. The Future of Mobile Electronic Payments. *Competition Forum*, 13(2), pp. 337-343.

Kafsh, S. Z., 2015. Developing Consumer Adoption Model on Mobile Wallet in Canada.

Kervenoael, R. d., Hallsworth, A. & Tng, D., 2014. Singapore's Online Retail

- Deviants: Analyzing the Rise of Blogshops' Power. *IGI Global*, pp. 449-470.
- Kesles, 2016. *Kesles*. [Online]
Available at: <http://www.kesles.com/>
[Diakses 1 Oktober 2016].
- Khan, F. A. & Ahmad, B., 2013. Mobile-Web Applications Adoptability in Pakistan: Consumer Perspective based on UTAUT model. *International Journal of Technology and Research*, Volume 30-38.
- Kline, R. B., 2010. *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. 3rd penyunt. New York: Gilford Press.
- Liébana-Cabanillas, F., Muñoz-Leiva, F. & Sánchez-Fernández, J., 2014. Comparative Study Among New Payment Systems and New Future Trends in Mobile Payments. *Electronic Payment Systems for Competitive Advantage in E-Commerce*, pp. 223-259.
- Limayem, M., Hirt, S. G. & Cheung, C. M. K., 2007. How Habit Limits the Predictive Power of Intentions: The Case of IS Continuance. *MIS Quarterly*, 31(4), pp. 705-737.
- Lukman, E., 2013. *Indonesia is Social: 2.4% of World's Twitter Posts Come From Jakarta (INFOGRAPHIC)*. [Online]
Available at: <https://www.techinasia.com/indonesia-social-jakarta-infographic>
[Diakses 2 August 2016].
- Mallat, N. & Dahlberg, T., 2009. Consumer and Merchant Adoption of Mobile Payment Solutions. *IGI Global*, 95(79).

- Marius, S. P., 2015. *Profil Pengguna Internet Indonesia 2014*, s.l.: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Miliani, L., Purwanegara, M. S., Tantri, M. & Indriani, D., 2013. Adoption Behavior of E-Money Usage. *Information Management and Business Review*, 5(7), pp. 369-378.
- Mohd Isa, S. & Wong, K.-Y., 2015. Age Differences in Behavioral Intention to Use Internet Marketing: A Comparative Study Between Malaysian and Taiwanese. *International Journal of Business and Society*, 16(3), pp. 386-396.
- Nisha, N., Idrish, S. & Hossain, M. Z., 2015. Consumer Acceptance and Use of Mobile Banking Services in Bangladesh. Volume January.
- Ooredoo, I., 2015. *Dometku*. [Online]
Available at: <http://www.dometku.com/#brief2>
[Diakses 1 Oktober 2016].
- Phonthanakitithaworn, C., Sellitto, C. & Fong, M., 2014. User Intentions to Adopt Mobile Payment Services: A Study of Early Adopters in Thailand. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 19(3), pp. 1-15.
- Shin, S., Lee, W. J. & Odom, D., 2014. A Comparative Study of Smartphone User's Perception and Preference Towards Mobile Payment Methods in the U.S. and Korea. *Journal of Applied Business Research*, 30(5), pp. 1365-1376.
- Slade, E. L., Dwivedi, Y. K., Piercy, N. C. & Williams, M. D., 2015. Modeling Consumers' Adoption Intentions of Remote Mobile Payments in the United Kingdom: Extending UTAUT with Innovativeness, Risk, and Trust. *Psychology & Marketing*, 30(6), pp. 461-469.

- Supranto, J., 2001. *Pengukuran Tingkat untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Swilley, E., 2010. Technology Rejection: The Case of the Wallet Phone. *Journal of Consumer Marketing*, 27(4), pp. 304-312.
- Telkomsel, 2015. *Telkomsel T-Cash*. [Online]
Available at: <https://digitalpayment.telkomsel.com/about-tcash>
[Diakses 1 Oktober 2016].
- Thompson, R. L., Higgins, C. A. & Howell, J. M., 1991. Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization. *MIS Quarterly*, 15(1), pp. 124-143.
- Unyolo, T., 2013. *Building Consumer Mobile Money Adoption and Trust in Conditions Where Infrastructures are Unreliable*. s.l.:University of Pretoria, Gordon Institute of Business Science.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B. & Davis, F. D., 2003. User Acceptance of Information Technology Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), pp. 425-478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L. & Xu, X., 2012. Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Forthcoming in MIS Quarterly*, 36(1), pp. 157-178.
- Wang, R. J. H., Malthouse, E. C. & Krishnamurthi, L., 2015. On the Go: How Mobile Shopping Affects Customer Purchase Behavior. *Journal of Retailing*, 91(2), pp. 217-234.
- Wijaya, T., 2009. *Analisis Structural Equation Modeling Menggunakan AMOS*. 5

penyunt. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Wurster, R.-a., 2013. A New Model for Acceptance and Adoption Research on Mobile Payment Service. *International Conference on Management and Industrial Engineering*, November 2(6), pp. 133-141.

XL Axiata, P., 2016. *XL Tunai*. [Online]

Available at: <http://www.xl.co.id/id/layanan-lain/xl-tunai>

[Diakses 1 Oktober 2016].

Yang, S. et al., 2012. Mobile Payment Services Adoption Across Time: An Empirical Study of the Effects of Behavioral Beliefs, Social Influences, and Personal Traits. *Computers in Human Behavior*, 28(1), pp. 129-142.

Yu, C.-S., 2012. Factors Affecting Individuals to Adopt Mobile Banking: Empirical Evidence from the UTAUT Model. *Journal of Electronic Commerce Research*, 13 (2), pp. 104-121.

Yuen, Y. Y., Yeow, P. H. P., Lim, N. & Saylani, N., 2010. Internet Banking Adoption: Comparing Developed and Developing Countries. *Journal of Computer Information Systems*, 51(1), pp. 52-61.

Zhou, T., 2014. Understanding the Determinants of Mobile Payment Continuance Usage. *Industrial Management & Data Systems*, 114(6), pp. 936-948.

LAMPIRAN KUISIONER

Biodata:

1. Jenis Kelamin: Laki-laki / Perempuan
2. Umur Anda : tahun.

Pengalaman dan Penggunaan:

3. Apakah Anda pernah menggunakan *mobile wallet*?
 - a. Ya
 - b. Tidak
4. Jenis *mobile wallet* apakah yang pernah Anda gunakan (boleh lebih dari satu)?
 - a. Indosat Dompotku
 - b. Telkomsel T-Cash
 - c. XL Tunai
 - d. BCA Sakuku
 - e. Mandiri E-Cash
 - f. Kesles
 - g. Paypal Wallet
 - h. Steam Wallet
 - i. Google Wallet
 - j. Samsung Pay
 - k. Apple Pay
 - l. Doku Wallet
 - m. Go-Pay (Go-Jek Wallet)
 - n. Lainnya, sebutkan:
 - o. Tidak pernah
5. Berapa kali Anda pernah menggunakan *mobile wallet* dalam sebulan?
 - a. Tidak pernah
 - b. Kurang dari 6 kali
 - c. 6 – 10 kali

- d. 11 – 15 kali
- e. Lebih dari 15 kali
6. Seberapa besar Anda akrab atau tahu tentang teknologi *mobile wallet*?
 (1 = untuk jawaban tidak akrab dan 5 = jawaban yang sangat akrab)
- Tidak Akrab 1 2 3 4 5 Sangat Akrab

Pertanyaan:

Silahkan untuk memberi tanda centang pada kotak pilihan yang sesuai dengan Anda.

Keterangan Pilihan: STS= Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

R = Ragu

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

Ekspektasi Pengguna		STS	TS	R	S	SS
1	Saya merasa <i>mobile wallet</i> berguna dalam hidup saya					
2	<i>Mobile wallet</i> membantu menyelesaikan pekerjaan saya lebih cepat					
3	<i>Mobile wallet</i> meningkatkan produktifitas saya					
Ekspektasi Upaya		STS	TS	R	S	SS
1	Saya yakin <i>mobile wallet</i> akan sangat mudah untuk dipelajari					
2	<i>Mobile wallet</i> sangat jelas dan mudah dipahami					
3	<i>Mobile wallet</i> sangat mudah digunakan					
4	Saya akan bisa trampil menggunakan <i>mobile wallet</i>					

Pengaruh Sosial		STS	TS	R	S	SS
1	Orang-orang yang dekat dengan saya merasa perlu agar saya menggunakan <i>mobile wallet</i>					
2	Orang-orang yang berpengaruh dalam hidup saya merasa perlu agar saya menggunakan <i>mobile wallet</i>					
3	Orang-orang yang penting dalam hidup saya merasa perlu agar saya menggunakan <i>mobile wallet</i>					
Kondisi Fasilitas		STS	TS	R	S	SS
1	Saya memiliki fasilitas untuk menggunakan <i>mobile wallet</i>					
2	Saya memiliki pengetahuan untuk menggunakan <i>mobile wallet</i>					
3	<i>Mobile wallet</i> cocok dengan perangkat teknologi/ <i>smartphone</i> yang saya gunakan					
4	Saya mudah mendapat bantuan dari orang lain ketika saya menemukan kesulitan untuk menggunakan <i>mobile wallet</i>					
Motivasi Hedonis		STS	TS	R	S	SS
1	Saya merasa senang menggunakan <i>mobile wallet</i>					
2	Saya menikmati menggunakan <i>mobile wallet</i>					
3	Saya merasa terhibur menggunakan <i>mobile wallet</i>					
Nilai Harga		STS	TS	R	S	SS
1	Harga <i>mobile wallet</i> terjangkau					
2	<i>Mobile wallet</i> akan berharga digunakan					

3	<i>Mobile wallet</i> memberikan fungsi yang sepadan sesuai dengan harganya					
Kebiasaan		STS	TS	R	S	SS
1	Penggunaan <i>mobile wallet</i> telah menjadi rutinitas saya					
2	Saya ketagihan dalam menggunakan <i>mobile wallet</i>					
3	Saya harus menggunakan <i>mobile wallet</i>					
Niat Perilaku		STS	TS	R	S	SS
1	Saya akan terus menggunakan <i>mobile wallet</i>					
2	Saya akan selalu berusaha menggunakan <i>mobile wallet</i> dalam kehidupan sehari-hari					
3	Saya berencana untuk menggunakan <i>mobile wallet</i> sesering mungkin					

Terima Kasih Banyak ☺

Simon Megadewandanu

