

## **BAB V**

### **Kesimpulan dan Saran**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dari bab-bab sebelumnya, maka didapatkan kesimpulan pada penelitian analisis faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-wallet* GoPay pada *platform* Tokopedia dengan studi kasus mahasiswa Atma Jaya Yogyakarta sebagai berikut:

1. Variabel *Mobility*, *Social Influence*, dan *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kegunaan yang dirasakan (*Perceived Usefulness*). Hal ini dibuktikan dengan hasil dari uji hipotesis yang menunjukkan bahwa pengguna metode pembayaran GoPay di Tokopedia sudah merasa metode pembayaran ini dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui *handphone* atau perangkat lainnya yang terhubung dengan internet tanpa memperlumahkan waktu dan tempat dalam melakukan pembayaran, kemudian metode pembayaran ini juga mudah untuk digunakan dan dipelajari oleh pengguna, serta lingkungan sosial disekitar pengguna meningkatkan kegunaan yang dirasakan. Sedangkan untuk variabel *Convenience* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *Perceived Usefulness* dikarenakan uji hipotesis menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta sudah merasa nyaman dalam menggunakan metode pembayaran ini akan tetapi tidak dapat meningkatkan secara signifikan terhadap rasa manfaat yang diterima.
2. Variabel *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan metode pembayaran GoPay di Tokopedia. Hal ini dibuktikan dalam uji hipotesis yang menandakan bahwa mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta sudah merasakan manfaat metode pembayaran GoPay di Tokopedia seperti mempercepat dan mempermudah mereka dalam melakukan pembayaran sehingga menimbulkan rasa untuk ingin terus menggunakan metode pembayaran ini. Sedangkan untuk

variabel *Perceived Ease of Use* dan variabel yang memoderatorinya yaitu *Trust* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat menggunakan layanan. Hal ini dibuktikan dalam uji hipotesis yang menunjukkan bahwa rasa aman dan kemudahan dalam menggunakan metode pembayaran GoPay ini tidak dapat meningkatkan minat penggunaan dikarenakan adanya jaminan keamanan dari seluruh *fintech* yang ada di Indonesia dan responden penelitian yang merupakan generasi z yang sudah terbiasa dalam menggunakan teknologi.

3. Variabel *Intention to Use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kebiasaan dalam menggunakan layanan. Hal ini dibuktikan dalam uji hipotesis yang mengindikasikan bahwa mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta sudah merasa senang dan lebih cenderung dalam menggunakan metode pembayaran GoPay ini sehingga mereka akan terus menggunakan metode pembayaran GoPay di platform Tokopedia.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang ada, penulis menyadari adanya keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian ini, seperti responden hanya berasal dari kalangan mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan hanya melibatkan aplikasi Tokopedia. Kemudian untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penambahan faktor-faktor yang belum tertera dalam penelitian agar dapat mengetahui faktor lain apa saja yang dapat mempengaruhi penggunaan *e-wallet* GoPay pada *platform* Tokopedia, serta saran yang terakhir untuk penelitian selanjutnya adalah untuk memperluas populasi yang digunakan pada penelitian dikarenakan penelitian ini hanya merangkul mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] who.int, “Coronavirus,” *www.who.int*, 2020. [https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab\\_1](https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1) (accessed Jul. 06, 2022).
- [2] Kominfo.go.id, “Kementerian Komunikasi dan Informatika,” *www.kominfo.co.id*.  
[https://kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media) (accessed Feb. 09, 2022).
- [3] Wearesocial.com, “Digital 2021: the latest insights into the ‘state of digital’ - We Are Social UK,” *www.wearesocial.com*.  
<https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/> (accessed Feb. 09, 2022).
- [4] Iprice.co.id, “Daftar 50 Website & Aplikasi E-Commerce di Indonesia 2019,” *www.iprice.co.id*, 2021.  
<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> (accessed Feb. 08, 2022).
- [5] Bisnis.tempo.co, “85 Persen Konsumen E-commerce Berasal dari Generasi Z dan Milenial - Bisnis Tempo.co,” *www.tempo.co*, 2020.  
[https://bisnis.tempo.co/read/1372514/85-persen-konsumen-e-commerce-berasal-dari-generasi-z-dan-milenial?page\\_num=1](https://bisnis.tempo.co/read/1372514/85-persen-konsumen-e-commerce-berasal-dari-generasi-z-dan-milenial?page_num=1) (accessed Mar. 20, 2022).
- [6] Bps.go.id, “Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin,2021,” *bps.go.id*, 2021.  
[https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view\\_data\\_pub/0000/api\\_pub/YW40a21pdTU1cnJxOGt6dm43ZEdoZz09/da\\_03/1](https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/0000/api_pub/YW40a21pdTU1cnJxOGt6dm43ZEdoZz09/da_03/1) (accessed Mar. 20, 2022).
- [7] Sis.binus.ac.id, “PENGUNAAN TAM ( TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL ) UNTUK KEPERLUAN PENELITIAN – School of Information Systems,” *sis.binus.ac.id*.

<https://sis.binus.ac.id/2016/12/13/penggunaan-tam-technology-acceptance-model-untuk-keperluan-penelitian/> (accessed Mar. 05, 2022).

- [8] M. I. Simanjorang, “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNA DALAM MENGGUNAKAN E-WALLET SHOPEEPAY,” *Univ. Atma Jaya Yogyakarta*, 2022.
- [9] K. Ardianto and N. Azizah, “Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya,” *J. Pengemb. Wiraswasta*, vol. 23, no. 1, p. 13, 2021, doi: 10.33370/jpw.v23i1.511.
- [10] Glacinta Marescotti Dea Rivanni Tanzil Halili, “Analisis Penerimaan Mobile Payment Ovo Terhadap Pengguna Dengan Penerapan Metode Technology Acceptance Model 2 ( Tam 2 ) ( Studi Kasus : Mahasiswa Atma Jaya Yogyakarta ),” *Univ. Atma Jaya Yogyakarta*, vol. 2, no. Tam 2, 2021.
- [11] A. D. B. Putri, “Individual Interest in E-Wallet Go-pay Transactions As Payment Services (Study on Students of Economics and Business Faculty of State Univeristies in Malang City).”
- [12] Y. U. Chandra, D. M. Kristin, J. Suhartono, F. S. Sutarto, and M. Sung, “Analysis of Determinant Factors of User Acceptance of Mobile Payment System in Indonesia (A Case Study of Go-Pay Mobile Payment),” *Proc. 2018 Int. Conf. Inf. Manag. Technol. ICIMTech 2018*, no. May 2020, pp. 454–459, 2018, doi: 10.1109/ICIMTech.2018.8528182.
- [13] A. Irkham, “Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Electronic Wallet (e-Wallet) di Kota Semarang,” pp. 1–63, 2020.
- [14] Y. Segarwati, C. A. Fitrananda, M. Iqbal, and V. A. Rahiem, “Pengembangan Pemasaran Online Untuk Pelaku Usaha di Desa Warnasari, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung,” *Kaibon*

- Abhinaya J. Pengabd. Masy.*, vol. 2, no. 2, pp. 45–53, 2020, doi: 10.30656/ka.v2i2.2066.
- [15] K. G. Tileng, “Penerapan Technology Acceptance Model Pada Aplikasi Edmodo di Universitas Ciputra Surabaya Menggunakan Analisis Jalur,” *Juisi*, vol. 01, no. 01, pp. 28–37, 2015, [Online]. Available: <https://journal.uc.ac.id/index.php/JUISI/article/view/26>.
- [16] P. Surendran, “Technology Acceptance Model: A Survey of Literature,” *Int. J. Bus. Soc. Res. (IJBSR)*, 2(4), 175-178, p. 85, 2012.
- [17] F. D. Davis, “A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results,” *Management*, vol. Ph.D., no. January 1985, p. 291, 1985, doi: oclc/56932490.
- [18] K. P. Gupta, S. Singh, and P. Bhaskar, “Citizen adoption of e-government: A literature review and conceptual framework,” *Electron. Gov.*, vol. 12, no. 2, pp. 160–185, 2016, doi: 10.1504/EG.2016.076134.
- [19] V. Venkatesh and F. D. Davis, “A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model,” *Manage. Sci.*, vol. 46, no. 2, pp. 186–204, 2000.
- [20] N. Aedi, “Instrumen Penelitian Dan Teknik Pengumpulan Data,” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2018.
- [21] L. Ika, “Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling,” *J. Kajian, Penelit. Pengambilan Pendidik. Sej.*, vol. 6, no. 1, pp. 33–39, 2021, [Online]. Available: <http://journal.ummat.ac.id/index.php/historis/article/download/4075/pdf>.
- [22] Untag, “Non probability sampling Menurut Sugiyono (2017),” *J. Manaj. bisnis*, pp. 31–44, 2014, [Online]. Available: [http://repository.untag-sby.ac.id/8172/27/BAB 3.pdf](http://repository.untag-sby.ac.id/8172/27/BAB%203.pdf).
- [23] Statisticsshowto.com, “Slovin’s Formula: What is it and When do I use it? - Statistics How To,” [www.statisticsshowto.com](http://www.statisticsshowto.com).

<https://www.statisticshowto.com/probability-and-statistics/how-to-use-slovins-formula/> (accessed Mar. 20, 2022).

- [24] B. B. Frey, “Categorical Structural Equation Modeling,” *SAGE Encycl. Res. Des.*, no. February, pp. 0–10, 2022, doi: 10.4135/9781071812082.n69.
- [25] A. Tanzeh and S. Arikunto, “Metode Penelitian Kuantitatif dengan SEM PLS,” *Metod. Penelit.*, no. X, pp. 22–34, 2004.
- [26] A. S. Hussein, “Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares dengan SmartPLS 3.0,” *Univ. Brawijaya*, vol. 1, pp. 1–19, 2015, doi: 10.1023/A:1023202519395.
- [27] C. Dr.Meiryani, S.E., Ak., M.M., M.Ak., “MEMAHAMI INNER MODEL (MODEL STRUKTURAL) DALAM SMART PLS – Accounting,” *accounting.binus.ac.id*, 2021.  
<https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-inner-model-model-struktural-dalam-smart-pls/> (accessed Mar. 23, 2022).
- [28] N. Mallat, M. Rossi, V. K. Tuunainen, and A. Öörni, “An empirical investigation of mobile ticketing service adoption in public transportation,” *Pers. Ubiquitous Comput.*, vol. 12, no. 1, pp. 57–65, 2008, doi: 10.1007/s00779-006-0126-z.
- [29] A. Setiawan, “Pengaruh Penerapan Remote Electronic Voting System (REVS) Terhadap Tingkat Partisipasi Pemilih Menggunakan Model UTAUT,” *JTT (Jurnal Teknol. Ter.)*, vol. 3, no. 1, pp. 1–6, 2017, doi: 10.31884/jtt.v3i1.1.
- [30] C. Kim, M. Mirusmonov, and I. Lee, “An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment,” *Comput. Human Behav.*, vol. 26, no. 3, pp. 310–322, 2010, doi: 10.1016/j.chb.2009.10.013.
- [31] Muhammad Taufik Hidayat, Qurrotul Aini, and Elvi Fetrina, “Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus),” *J. Nas. Tek. Elektro dan Teknol. Inf.*, vol. 9, no. 3, pp. 239–247, 2020, doi:

10.22146/.v9i3.227.

- [32] F. S. Rahayu, D. Budiyanto, and D. Palyama, "Analisis Penerimaan E-Learning Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam) (Studi Kasus: Universitas Atma Jaya Yogyakarta)," *J. Terap. Teknol. Inf.*, vol. 1, no. 2, pp. 87–98, 2017, doi: 10.21460/jutei.2017.12.20.
- [33] T. Loanata and K. G. Tileng, "Pengaruh Trust dan Perceived Risk pada Intention To Use Menggunakan Technology Acceptance Model (Studi Kasus Pada Situs E-Commerce Traveloka)," *JUISI J. Inform. dan Sist. Inf.*, vol. 02, no. 01, pp. 64–73, 2016.
- [34] R. Rita and M. H. Fitria, "Analisis Faktor-Faktor UTAUT dan Trust Terhadap Behavioral Intention Pengguna BNI Mobile Banking Pada Pekerja Migran Indonesia," *Jesya (Jurnal Ekon. Ekon. Syariah)*, vol. 4, no. 2, pp. 926–939, 2021, doi: 10.36778/jesya.v4i2.453.
- [35] F. M. Al Anshary, T. F. Kusumasari, and N. A. Supratman, "Pemodelan Instrumen Pengukuran Tingkat Penerimaan Penggunaan Sistem Informasi Studi kasus: Penerimaan Aplikasi Verifikasi Industri pada Sebuah BUMN," *J. Rekayasa Sist. Ind.*, vol. 5, no. 01, p. 40, 2018, doi: 10.25124/jrsi.v5i01.339.
- [36] N. M. Janna, "Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS," *Artik. Sekol. Tinggi Agama Islam Darul Dakwah Wal-Irsyad Kota Makassar*, no. 18210047, pp. 1–13, 2020.
- [37] Nensi Audika Butarbutar & Lutfi Harris, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Pembayaran Non Tunai Pada Aplikasi Transportasi Online Di Kota Malang," *Stat. F. Theor.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2019.
- [38] Y. W. Chang and M. J. Polonsky, "The influence of multiple types of service convenience on behavioral intentions: The mediating role of consumer satisfaction in a Taiwanese leisure setting," *Int. J. Hosp. Manag.*,

- vol. 31, no. 1, pp. 107–118, 2012, doi: 10.1016/j.ijhm.2011.05.003.
- [39] Y. Huwaydi, “Analisa Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pengguna Dalam Penggunaan Layanan. Studi Kasus: GO-PAY.,” 2017, [Online]. Available:  
[https://repository.its.ac.id/49626/%0Ahttps://repository.its.ac.id/49626/1/09111440000034-Undergraduate\\_Theses.pdf](https://repository.its.ac.id/49626/%0Ahttps://repository.its.ac.id/49626/1/09111440000034-Undergraduate_Theses.pdf).
- [40] M. R. N. Rangkuti, “TERHADAP MINAT BELI ROKOK ELEKTRIK PADA KALANGAN USIA 17 – 25 TAHUN ( STUDI KASUS PADA KECAMATAN MEDAN SELAYANG ),” 2020.
- [41] A. R. Amihsa, E. Saferian, and S. Syahrir, “Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Mobile Payment Di Indonesia,” *Intelektiva J. Ekon. Sos. dan Hum.*, vol. 2, no. 3, pp. 10–25, 2020, [Online]. Available:  
<https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/306/212>.
- [42] L. (Alice) Jiang, Z. Yang, and M. Jun, “Measuring consumer perceptions of online shopping convenience,” *J. Serv. Manag.*, vol. 24, no. 2, pp. 191–214, 2013, doi: 10.1108/09564231311323962.
- [43] S. H. Hakim, A. Rahman, and M. Syafii, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi penggunaan E-Wallet di Sumatera utara,” *Owner*, vol. 6, no. 2, pp. 1171–1183, 2022, doi: 10.33395/owner.v6i2.566.
- [44] N. Ernawati and L. Noersanti, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO,” *J. Ecodemica*, vol. 4, pp. 200–210, 2020.
- [45] Ojk.go.id, “Checklist Permohonan Izin Usaha Penyelenggara,” *www.ojk.go.id*, no. 1, p. 43, 2017, doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- [46] W. APAC, “Fintech Perlu Sertifikasi ISO 27001 ? – WQA,” 2019.  
<https://wqa-apac.com/fintech-perlu-sertifikasi-iso-27001/> (accessed Jul. 06, 2022).



- [47] A. I. Theocharidis, M. Argyropoulou, G. Karavasilis, V. Vrana, and E. Kehris, "An approach towards investigating factors affecting intention to book a hotel room through social media," *Sustain.*, vol. 12, no. 21, pp. 1–20, 2020, doi: 10.3390/su12218973.
- [48] A. Raman and Y. Don, "Preservice teachers' acceptance of learning management software: An application of the UTAUT2 model," *Int. Educ. Stud.*, vol. 6, no. 7, pp. 157–164, 2013, doi: 10.5539/ies.v6n7p157.

