

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Performance expectancy memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*, yang artinya semakin tingginya kinerja dari pemakaian sistem aplikasi DANA akan menyebabkan semakin tingginya keputusan konsumen untuk menggunakan aplikasi DANA.

1. *Effort expectancy* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*, ini menunjukkan bahwa semakin tingginya tingkat kemudahan terkait dengan penggunaan sistem pada sistem aplikasi DANA akan menjadikan minat konsumen makin tinggi dalam memutuskan untuk memakai aplikasi DANA.
2. *Social influence* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*, hal ini menunjukkan bahwa makin baiknya persepsi konsumen bahwa lingkungan sosial mereka yaitu orang terdekat seperti keluarga dan teman yang menyarankan untuk menggunakan e-money menyebabkan semakin tingginya konsumen tersebut untuk memakai aplikasi DANA.
3. *Facilitating conditions* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*, hal ini menggambarkan bahwa semakin tingginya dukungan dari sarana dan prasarana teknis seperti alat, sumber

daya, infrastruktur dan pengetahuan akan menyebabkan makin besarnya keinginan konsumen untuk menggunakan aplikasi DANA.

4. *Facilitating conditions* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *use behavior*, hal ini menggambarkan bahwa semakin tingginya dukungan dari sarana dan prasarana teknis seperti alat, sumber daya, infrastruktur dan pengetahuan akan menyebabkan konsumen makin puas dan senang dengan penggunaan aplikasi DANA dan juga konsumen akan bersedia untuk merekomendasikan kepada orang lain juga ikut menggunakan aplikasi DANA.
5. Adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari *price value* terhadap *behavioral intention*, ini menunjukkan bahwa makin baiknya penilaian konsumen tentang manfaat yang dirasakan dari kualitas dan kuantitas atas pengorbanannya dalam menggunakan *e-money* menyebabkan semakin tingginya tingkat penggunaan aplikasi DANA oleh konsumen.
6. *Hedonic motivation* tidak memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention*, hal ini menunjukkan bahwa tingkat kenikmatan dan kesenangan yang dirasakan konsumen dalam menggunakan *e-money* belum berdampak signifikan pada tingginya kemauan mereka untuk menggunakan aplikasi DANA.
7. Adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari *habit* terhadap *behavioral intention*, ini menunjukkan bahwa tingginya kebiasaan konsumen dalam menggunakan uang sebagai produk teknologi finansial akan menyebabkan semakin tingginya tingkat penggunaan aplikasi DANA oleh konsumen.

8. Adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari *habit* terhadap *use behavior*, ini menunjukkan bahwa tingginya kebiasaan konsumen dalam menggunakan uang sebagai produk teknologi finansial akan menyebabkan semakin tingginya tingkat kepuasan yang mereka rasakan setelah mereka menggunakan aplikasi DANA.
9. *Behavioral intention* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *use behavior*, dengan demikian tingginya keputusan penggunaan konsumen dalam menggunakan aplikasi DANA berdampak signifikan pada tingkat kepuasan yang dirasakannya setelah mereka menggunakan aplikasi DANA.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini antara lain adalah:

1. Sampel dalam penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta, untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal maka peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas daerah penyebaran kuesioner yang mencakup berbagai populasi, seperti mahasiswa kampus lain atau masyarakat umum, agar peneliti mendapatkan data lebih banyak dan hasil yang diperoleh lebih variatif dan relevan.
2. Saran untuk pihak perusahaan aplikasi DANA dapat melihat rekomendasi dari pengaruh yang dihasilkan pada penelitian ini. Rekomendasi yang ada pada penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu pertimbangan bagi

perusahaan untuk meningkatkan aplikasi DANA agar dapat mendorong pengguna untuk terus menggunakan aplikasi.



REFERENSI

- [1] M. Adhiya Wikannanda and D. Safitri MSi, “Edukasi IPS Pengaruh Fenomena Cashless Society Terhadap Gaya Hidup di Kalangan Mahasiswa,” *Edukasi IPS*, Vol. 3, No. 2, 2019.
- [2] Y. Suseno, A. Suradji Muhammad, and M. Raja Ali Haji -Tanjungpinang, “The Use of e-Money at Sri Bintang Pura Tanjungpinang International Port in Supporting GNNT,” *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia*, Vol. 4, No. 2, 2021.
- [3] A. Ewa Abbas, “Literature Review of a Cashless Society in Indonesia: Evaluating the Progress,” *International Journal of Innovation, Management and Technology*, pp. 193–196, 2017.
- [4] I. Sri Astuti and E. Suswardji Nugroho, “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan aplikasi dompet digital go-pay,” *Jurnal Manajemen*, Vol. 13, No. 1, pp. 26–36, 2021.
- [5] S. Isrososiawan, R. Hurriyati, and P. D. Dirgantari, “User Mobile Payment Behavior Using Technology Acceptance Model (TAM): Study of ‘Dana’ E-Wallet Users,” *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, Vol. 6, No. 2, pp. 181, Dec. 2019.
- [6] A. N. Hidayat, B. T. Hanggara, and B. S. Prakoso, “Analisis Perbandingan Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Dompet Digital (Studi Kasus Pada OVO dan DANA),” Vol. 5, Issue 6, 2021.
- [7] D. Valencia and A. Junaidi, “Pengaruh Pesan Iklan Televisi,” *Prologia*, Vol 3 No 2, pp 512, 2018.
- [8] A. Transaksi Pengganti Uang Tunai Bagi UMKM di Kecamatan Banjarmasin Tengah Chrysilla Zada, Y. Sopiana Jurusan Ilmu Ekonomi, S. Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, and U. Lambung Mangkurat, “Penggunaan E-Wallet atau Dompet Digital sebagai,” *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, Vol. 4, No. 1, pp. 251–268, 2021.
- [9] V. Venkatesh, S. M. Walton, J. Y. L. Thong, and X. Xu, “Consumer Acceptance And Use Of Information Technology: Extending The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology,” 2012. [Online]. Available: <http://ssrn.com/abstract=2002388>.

- [10] V. Venkatesh, M. G. Morris, G. B. Davis, and F. D. Davis, "User Acceptance Of Information Technology: Toward a unified view," *MIS Quarterly: Management Information Systems*, Vol. 27, No. 3, pp. 425–478, 2003.
- [11] A. A. Onibala, Y. Rindengan, and A. S. Lumenta, "Analisis Penerapan Model UTAUT 2 (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2) Terhadap E-Kinerja Pada Pemerintah Provinsi Sulawesi Utara," 2021.
- [12] M. S. Gayatrie, A. Kusyanti, and M. C. Saputra, "Analisis Penerimaan Os Windows 10 Dengan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2)," 2017. [Online]. Available: <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- [13] A. A. Santoso and I. Rachmawati, "Analisis Minat Pengguna Layanan M-Banking Livin' By Mandiri Di Indonesia Menggunakan Model Modifikasi Utaut 2 Interest Analysis Of Livin' M-Banking Service Users By Mandiri In Indonesia Using The Modification Model Of UTAUT 2."
- [14] A. Andrianto, "Faktor Yang Mempengaruhi Behavior Intention Untuk Penggunaan Aplikasi Dompot Digital Menggunakan Model UTAUT2," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, Vol. 25, No. 2, pp. 111–122, 2020, doi: 10.35760/eb.2020.v25i2.2412.
- [15] D. Oktafani, K. Sisilia, P. A. Bisnis, F. Komunikasi, D. Bisnis, and U. Telkom, "Analisis Penerapan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology2 (Utaut2) Pada Adopsi Penggunaan Dompot Digital Ovo Dayeuh Kolot Bandung (Studi kasus pada Generasi Z sebagai pengguna OVO)," [Online]. Available: <https://www.ovo.id/about>,
- [16] M. Hidayat, "Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus) Related papers."
- [17] G. Putra and M. Ariyanti, "Jurnal Manajemen Indonesia Pengaruh Faktor-Faktor Dalam Modified Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 (UTAUT 2) Terhadap Niat Prospective Users Untuk Mengadopsi Home Digital ServiceS PT. Telkom Di Surabaya," 2013.
- [18] I. Evan, W. W. Winarno, and H. P. Putro, "E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana", [Online]. Available: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/index>
- [19] D. Septia Pratiwi and I. Kadek Dwi Nuryana, "Analisis Tingkat Penerimaan dan Kepercayaan Pengguna Teknologi Terhadap Penggunaan Dompot Digital DANA," *JEISBI*, Vol. 02, p. 2021.

- [20] N. A. Ainul Bashir, "Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Mengetahui Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan SIORTU," *Elinvo (Electronics, Informatics, and Vocational Education)*, Vol. 5, No. 1, Sep. 2020.
- [21] "Analisis Minat Dan Perilaku Pengguna E-Wallet: Perluasan UTAUT 2 Dengan Budaya Sebagai Moderasi (Studi pada Mahasiswa di Kota Malang)."
- [22] Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. 20. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- [23] U. Penelitian, M. Menggunakan, and A. 18 00, *STRUCTURAL EQUATION MODELING*. [Online]. Available: www.ptipu.blogspot.com
- [24] Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit. Alfabeta, Bandung.
- [25] N. Tuhumury, "Skala Pengukuran Dan Jumlah Respon Skala Likert (The Measurement Scale and The Number of Responses in Likert Scale)." [Online]. Available: <http://umbidharma.org/jipp>
- [26] N. R. Furadantin, A. Masduqi, and A. Rus Nugroho, "Analisis Data Menggunakan Aplikasi SmartPLS v.3.2.7 2018 Related papers Application of Partial Least Square Structural Equation Modelling for Assessing Water Pollution i...."
- [27] Singh M, Matsui Y (2017), "How Long Tail And Trust Affect Online Shopping Behavior: An Extension to UTAUT2 Framework", *Pacific Asia J Assoc Inf Syst* 9(4):1–24
- [28] Ahmad Abushakra, Davoud Nikbin, Ammar Odeh and Rasha Abdulwahab, "The effect Of Trust, IT Knowledge, And Entrepreneur's Innovativeness To Embrace Or Shun The Internet Of Things", *Front. Psychol.* 13:1035015, 2022.
- [29] Alalwan AA, Dwivedi YK, Rana NP, Algharabat R, "Examining Factors Influencing Jordanian Customers' Intentions And Adoption Of Internet Banking: Extending UTAUT2 With Risk". *J Retail Consum Serv* 40(January):125–138, 2018.
- [30] Chang, I.C., Hwang, H.G., Hung, W.F. and Li, Y.C., Physicians' Acceptance Of Pharmacokinetics-Based Clinical Decision Support Systems. *Expert Systems With Applications*, 33(2), pp,296-303, 2019
- [31] Eneizan, B., Mohammed, A. G., Alnoor, A., Alabboodi, A. S., and Enaizan, O. (2019). Customer acceptance Of Mobile Marketing In Jordan: An Extended UTAUT2 Model With Trust And Risk Factors. *Int. J. Eng. Bus. Manag.* 11, 1–10

- 
- [32] Achmad Fauzi , Teguh Widodo, Tri Djatmiko, Pengaruh Behavioral Intention Terhadap Use Behavior Pada Penggunaan Aplikasi Transportasi Online (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Jek Dan Grab Di Kalangan Mahasiswa Telkom University), *e-Proceeding of Management* : Vol.5, No.2, Page 1790-1796, Agustus 2018 |
- [33] Tarhini, A., El-Masri, M., Ali, M. and Serrano, A., 2016. Extending the UTAUT model to understand the customers' acceptance and use of internet banking in Lebanon: A structural equation modeling approach. *Information Technology & People*, 29(4), pp,830-849.
- [34] Jati, Nugroho Jatmiko dan Laksito, Herry. (2012). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem E-Learning. *Diponegoro Journal of Accounting*, Volum 1, No. 2
- [35] Sekaran, Uma. 2011. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba. Empat
- [36] Sekaran-Bougie. 2013. *Research methods for business : a skill-building approach – 6th ed*. West Sussex, UK : John Wiley & Sons Ltd.