

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan diatas, maka kesimpulan pada penelitian tentang hasil komparasi penerimaan *e-wallet* OVO, GoPay, ShopeePay, dan DANA menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM). *Technology Acceptance Model* (TAM) memiliki 5 variabel yaitu *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward using*, *behavioral intention to use*, dan *actual system use*. Berdasarkan hasil analisis deskriptif melalui pendekatan kuantitatif pada metode *Technology Acceptance Model* (TAM) memperoleh hasil komparasi peminatan *e-wallet*, hasil komparasi persepsi unggul ditinjau pada variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*, serta hasil komparasi kelemahan *e-wallet* ditinjau pada variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*.

Hasil komparasi peminatan *e-wallet* yaitu komparasi berdasarkan hasil skor rata-rata index setiap variabel dan komparasi perbandingan ditinjau pada setiap variabel metode *Technology Acceptance Model* (TAM). Berdasarkan hasil skor rata-rata index setiap variabel yaitu peminatan *e-wallet* ShopeePay dengan skor index rata-rata sebesar (85,6%), *e-wallet* DANA dengan skor index rata-rata sebesar (83,8%), *e-wallet* GoPay dengan skor index rata-rata sebesar (82,7%) berada pada interval 80-100%, *e-wallet* OVO dengan skor index rata-rata sebesar (77,8%). Peminatan *e-wallet* yang memiliki skor index rata-rata tertinggi yaitu *e-wallet* ShopeePay dengan skor index rata-rata sebesar (85,6%) sebagai *e-wallet* yang paling diterima oleh pengguna. Adapun perbandingan ditinjau pada setiap variabel yaitu Variabel *perceived ease of use*, menunjukkan persepsi nilai skor index *e-wallet* yaitu ShopeePay (88,5%), GoPay (86%), DANA (85%), dan OVO (84,6%) artinya variabel *perceived ease of use* memberikan kemudahan penggunaan sehingga pengguna percaya dalam menggunakan *e-wallet* DANA bebas dari kesulitan. Variabel *perceived usefulness*, menunjukkan

persepsi nilai skor index *e-wallet* yaitu ShopeePay (87,4%), DANA (86%), GoPay (85,1%), dan OVO (82,3%) artinya variabel *perceived usefulness* telah memberikan manfaat bagi pengguna dalam meningkatkan kinerja dan prestasi, sehingga pengguna percaya dalam menggunakan *e-wallet* maka akan terus menggunakannya. Variabel *attitude toward using*, menunjukkan persepsi nilai skor index *e-wallet* yaitu ShopeePay (86,7%), DANA (85,2%), GoPay (84,5%), dan OVO (80,1%) artinya variabel *attitude toward using* telah memberikan dampak positif karena pengguna menerima hadirnya *e-wallet*. Variabel *behavioral intention to use*, menunjukkan persepsi nilai skor index *e-wallet* yaitu ShopeePay (84,1%), DANA (81,6%), GoPay (79,4%), dan OVO (72,6%) artinya variabel *behavioral intention to use* dilakukan karena minat atau keinginan dari pengguna untuk tetap menggunakan *e-wallet*. Variabel *actual system use*, menunjukkan persepsi nilai skor index *e-wallet* yaitu ShopeePay (85,8%), DANA (81,5%), GoPay (78,8%), dan OVO (69,8%) artinya variabel *actual system use* bahwa pengguna setuju dan meyakini dalam penggunaan *e-wallet* mudah digunakan sehingga dapat meningkatkan kinerja pengguna yang tercemin dari kondisi nyata penggunaan.

Hasil komparasi persepsi unggul *e-wallet* ditinjau pada variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Variabel *perceived ease of use*, menunjukkan persepsi unggul *e-wallet* dengan nilai skor index *e-wallet* yaitu ShopeePay (88,5%), GoPay (86%), DANA (85%), dan OVO (84,6%) artinya variabel *perceived ease of use* memberikan kemudahan penggunaan sehingga pengguna percaya dalam menggunakan *e-wallet* DANA bebas dari kesulitan. Variabel *perceived usefulness*, menunjukkan persepsi unggul *e-wallet* dengan nilai skor index *e-wallet* yaitu ShopeePay (87,4%), DANA (86%), GoPay (85,1%), dan OVO (82,3%) artinya variabel *perceived usefulness* telah memberikan manfaat bagi pengguna dalam meningkatkan kinerja dan prestasi, sehingga pengguna percaya dalam menggunakan *e-wallet* maka akan terus menggunakannya.

Hasil komparasi kelemahan *e-wallet* ditinjau pada variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Variabel *perceived ease of use*, menunjukkan kelemahan *e-wallet* dari nilai skor persentase tertinggi sampai terendah yaitu *e-wallet* OVO dengan rata-rata persentase sebesar (2,9%), GoPay dengan rata-rata persentase sebesar (1,5%), ShopeePay dan DANA dengan rata-rata persentase sebesar (1,3%). Variabel *perceived usefulness*, menunjukkan persepsi dari nilai skor persentase tertinggi sampai terendah yaitu *e-wallet* OVO dengan rata-rata persentase sebesar (3,7%), DANA dengan rata-rata persentase sebesar (1,1%), GoPay dengan rata-rata persentase sebesar (0,7%), dan ShopeePay dengan rata-rata persentase sebesar (0,5%).

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan di atas, maka saran dalam penelitian ini yaitu:

1. Melakukan kajian lanjutan terkait *e-wallet* OVO agar melakukan evaluasi terhadap variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*.
2. Penelitian selanjutnya dapat menambah *e-wallet* lain seperti LinkAja dan Flip.