

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

Mobile payment merupakan cara pembayaran atau transaksi baru dari perusahaan perbankan maupun non perbankan untuk mempermudah penggunanya melakukan transaksi kapan saja dan pengguna tidak perlu membawa-bawa uang tunai sehingga lebih praktis dan aman. *Behavioral intention* merupakan perilaku atau sikap seseorang terhadap keyakinan atau pandangannya, dimana jika orang percaya akan manfaat *mobile payment* dan berpandangan positif atau percaya terhadapnya maka akan mendorong perilaku orang tersebut untuk mengadopsi *mobile payment*.

Dalam pengkajian ini bermaksud untuk menjelaskan pengaruh *hedonic motivation*, *social influence*, kondisi pendukung, kepercayaan, dan persepsi keamanan teknologi terhadap *behavioral intention* dalam mengadopsi *mobile payment*, dengan objek penelitian yaitu pemilik usaha atau *enterpriser* UMKM di Kota Batam. Data responden terkumpul secara *purposive sampling* dengan penyebaran kuisioner *google form*, dan jumlah sampel yang terkumpul dan diolah sebanyak 187 responden.

Berdasarkan analisa dan pembahasan pengolahan data penelitian ini, maka menghasilkan kesimpulan berikut:

2. *Hedonic motivation* memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap *behavioral intention* pelaku UMKM dalam mengadopsi *mobile payment*, yang artinya semakin tinggi tingkat kesenangan dan kepuasan *enterpriser* UMKM dalam menggunakan *mobile payment* karena dukungan desain visual seperti tata letak dan warna aplikasinya, maka semakin besar niat *enterpriser* UMKM untuk terus menggunakan *mobile payment* dalam kegiatan transaksi sehari-hari.
3. *Social influence* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* *enterpriser* UMKM dalam mengadopsi *mobile payment*, yang artinya *enterpriser* UMKM melakukan transaksi *mobile payment* tidak dipengaruhi oleh pendapat lingkungan sosial seperti anggota

keluarga atau teman karena mereka lebih cenderung memilih merencanakan hal berkaitan dengan keuangan secara sendiri.

4. Kondisi pendukung memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap *behavioral intention enterpriser* UMKM dalam mengadopsi *mobile payment*, yang artinya semakin tinggi ketersediaan fasilitas atau sumber daya yang mendukung seperti *smartphone*, jaringan internet, *merchant*, aplikasi, dan *customer service*, maka semakin besar juga niat *enterpriser* UMKM melakukan transaksi menggunakan *mobile payment* dalam kehidupan sehari-hari.
5. Kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap *behavioral intention enterpriser* UMKM dalam mengadopsi *mobile payment*, yang artinya semakin tinggi kepercayaan yang menutupi kecemasan atau keraguan terhadap sistem dan *provider* maka semakin besar juga niat *enterpriser* UMKM melakukan transaksi menggunakan *mobile payment* dalam kehidupan sehari-hari.
6. Persepsi keamanan teknologi memiliki pengaruh yang signifikan negatif terhadap *behavioral intention enterpriser* UMKM dalam mengadopsi *mobile payment*, yang artinya semakin rendah persepsi negatif yang dirasakan atau rendahnya keraguan atas keamanan data pribadi dan transaksi pembayaran, maka semakin besar niat *enterpriser* UMKM melakukan transaksi menggunakan *mobile payment* dalam kehidupan sehari-hari.

5.2. Keterbatasan

Keterbatasan yang terdapat dalam pengolahan data penelitian ini yaitu:

1. Data yang terkumpul dan dianalisis dalam penelitian ini terbatas pada kuesioner *google form*, dalam hal ini responden mengisi pertanyaan sebanyak 37 butir sehingga berkemungkinan tidak fokus dan menghasilkan data yang kurang tepat.
2. Data yang terkumpul dan dianalisis dalam penelitian ini terbatas pada sebagian pemilik usaha UMKM di Kota Batam.

5.3. Rekomendasi

Rekomendasi kepada peneliti berikutnya berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan pengolahan data penelitian ini yaitu:

1. Menambah metode pengumpulan data seperti observasi dan wawancara secara langsung agar data penelitian yang terkumpul lebih objektif dan akurat.
2. Menambah jumlah sampel, teori pendukung, dan variabel independen untuk menyempurnakan model penelitian.