

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan juga pengolahan data terhadap 360 mahasiswa dari Universitas Internasional Batam yang merupakan responden dari penelitian yang penulis lakukan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan yaitu:

1. Penggunaan dari aplikasi *Digital payment* OVO yang didasari oleh variabel *Performance Expectation* terhadap *Behavioral Intention* tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Jika pada *Performance Expectation* terjadi kenaikan sebanyak satu satuan maka pada *Behavioral Intention* akan mengalami kenaikan nilai sebesar 0,019. Dapat diartikan bahwa variabel *Performance Expectation* pada penggunaan aplikasi OVO tidak memberikan pengaruh terhadap pengguna.
2. Penggunaan dari aplikasi *Digital payment* OVO yang didasari oleh variabel *Effort Expectation* terhadap *Behavioral Intention* memiliki pengaruh yang signifikan. Jika pada *Performance Expectation* terjadi kenaikan sebanyak satu satuan maka pada *Behavioral Intention* akan mengalami kenaikan nilai sebesar 0,120. Dapat diartikan bahwa variabel *Effort Expectation* pada penggunaan aplikasi OVO memberikan pengaruh terhadap pengguna karena pengguna dapat menggunakan aplikasi ini dengan mudah.
3. Penggunaan dari aplikasi *Digital payment* OVO yang didasari oleh variabel *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* memiliki pengaruh yang signifikan. Jika

pada *Performance Expectation* terjadi kenaikan sebanyak satu satuan maka pada *Behavioral Intention* akan mengalami kenaikan nilai sebesar 0,144. Dapat diartikan bahwa variabel *Social Influence* pada penggunaan aplikasi OVO memberikan pengaruh terhadap pengguna karena pengguna tertarik untuk menggunakan aplikasi ovo karena dipengaruhi oleh orang lain.

4. Penggunaan dari aplikasi *Digital payment OVO* yang didasari oleh variabel *Performance Expectation* terhadap *Behavioral Intention* memiliki pengaruh yang signifikan. Jika pada *Performance Expectation* terjadi kenaikan sebanyak satu satuan maka pada *Behavioral Intention* akan mengalami kenaikan nilai sebesar 0,501. Dapat diartikan bahwa variabel *Performance Expectation* pada penggunaan aplikasi OVO memberikan pengaruh terhadap pengguna kondisi fasilitas yang disediakan dalam aplikasi ini dapat dipercaya oleh pengguna.

1.2 Implikasi Penelitian

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah bahwa pada variabel *Effort Expectancy*, *Social Influence* dan *Facilitating Condition* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* sedangkan variabel *Performance Expectation* tidak memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention*. Variabel *Facilitating Condition* merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling tinggi diantara variabel lainnya. Dapat diketahui bahwa semakin baiknya kondisi fasilitas (*Facilitating Condition*) dari sebuah sistem maka akan meningkatkan niat perilaku (*Behavioral Intention*) dari seseorang untuk dapat menggunakan suatu sistem tersebut. Dari lima pertanyaan yang diberikan pada variabel kuesioner FC (*Facilitating Condition*), banyaknya responden

memilih sangat setuju dengan pertanyaan FC4 dan FC5 yang mana FC4 yaitu “Fitur info dan promo spesial memudahkan saya mendapatkan informasi promo yang ada”

dan FC5 yaitu “Menurut saya sistem pembayaran yang ada pada aplikasi OVO sesuai dengan cara pembayaran yang saya harapkan” dapat diartikan bahwa fitur promo spesial dan sistem pembayaran memberikan pengaruh terhadap pengguna aplikasi.

Oleh karena itu, jika OVO ingin mengembangkan fitur-fiturnya dapat difokuskan pada fitur promo spesial dan juga sistem pembayaran.

5.3 Saran

Kesadaran dari peneliti akan penelitian yang jauh dari sempurna ini sehingga peneliti berharap pada penelitian berikutnya dapat memberikan hasil yang lebih baik dari penelitian saat ini. Adapun penulis dapat berikan saran untuk penelitian berikutnya yaitu :

1. Penelitian berikutnya dapat dilakukan dengan adanya penambahan persepsi pada penelitian sesuai dengan model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*), yang dapat memberikan penjelasan yang lebih saat menerapkan metode ini.
2. Penelitian berikutnya dapat dilakukan dengan menambahkan faktor-faktor lainnya yang mampu mempengaruhi *behavioral intention* sehingga dapat memperluas bidang penelitian dari penggunaan *digital payment* OVO ini.
3. Mampu memperluas populasi dari penelitian yang dijadikan sampel.