

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pengolahan data yang penulis lakukan kepada konsumen pengguna *e-wallet* DANA di Jakarta Timur. Maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *Relative Advantage* (X1), *Compatibility* (X2), *Complexity* (X3), dan *Trialability* (X4) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Intention To Adopt* (Y). Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian Uji F, hasil $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan nilai $sig < 0,05$. Pengaruhnya sebesar 0,631 atau 63,1% dan sisanya sebesar 36,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
2. Variabel *Relative Advantage* (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Intention To Adopt* (Y). Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian Uji T, hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $sig < 0,05$. Pengaruhnya sebesar 0,509 atau 50,9% dan sisanya sebesar 49,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
3. Variabel *Compatibility* (X2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Intention To Adopt* (Y). Hasil ini dibuktikan dengan pengujian Uji T, hasil $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai $sig > 0,05$. Meskipun *compatibility* dan *intention to adopt* memiliki keterkaitan, namun *compatibility* tidak cukup kuat untuk memengaruhi *intention to adopt* secara langsung.

4. Variabel *Complexity* (X3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Intention To Adopt* (Y). Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian Uji T, hasil t hitung $> t$ tabel dan nilai $sig < 0,05$. Pengaruhnya sebesar 0,404 atau 40,4% dan sisanya sebesar 59,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
5. Variabel *Trialability* (X4) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Intention To Adopt* (Y). Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian Uji T, hasil t hitung $> t$ tabel dan nilai $sig < 0,05$. Pengaruhnya sebesar 0,401 atau 40,1% dan sisanya sebesar 59,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran

Berdasarkan pada hasil pengolahan data diatas, maka yang dapat penulis sarankan untuk perusahaan *e-wallet* DANA adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik *Diffusion Of Innovation* (DOI), yaitu *Relative Advantage* (X1), *Compatibility* (X2), *Complexity* (X3), dan *Trialability* (X4) memiliki pengaruh yang baik bagi *Intention To Adopt* (Y). Untuk itu semua elemen ini harus dipertahankan oleh *e-wallet* DANA. Ada beberapa saran yang bisa dipertimbangkan dalam mempertahankan atau bahkan meningkatkan *Intention To Adopt e-wallet* DANA, yaitu tingkatkan selalu kualitas layanan yang diberikan, baik dalam segi fitur aplikasi, penawaran yang menarik, maupun perihal responsif sehingga semakin banyak masyarakat yang berminat mencoba menggunakan *e-wallet* DANA. Lalu lihat secara berkala

kebutuhan saat ini yang diperlukan pasar, sesuaikan aplikasi agar lebih mudah terjangkau bagi kalangan atau generasi tertentu. yang lebih sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan pengguna. Selalu berinovasi dengan pelayanan yang memuaskan sehingga konsumen lebih tertarik dan percaya dalam memakai *e-wallet* DANA sebagai pilihan utama perihal pembayaran digital.

2. *Relative Advantage* (X1) memiliki pengaruh yang baik terhadap *Intention To Adopt* (Y). Melihat pernyataan 3 dan 6 yang memiliki nilai skor sangat baik sebesar 4,35. Hal ini bisa menjadi acuan bagi *e-wallet* DANA bahwa paling banyak pengguna *e-wallet* DANA menyukai metode pembayaran yang efektif dan efisien, serta bersifat modern dan praktis.
3. Adanya permasalahan keamanan yang dirasa kurang andal membuat menurunnya rasa kepercayaan pengguna selama ini. Meskipun *e-wallet* DANA sesuai dengan kebutuhan pengguna, permasalahan ini dapat membuat pengguna menjadi ragu untuk menggunakan *e-wallet* DANA. Hal ini terjadi karena kepercayaan menjadi peran penting agar *compatibility* dapat mempengaruhi *intention to adopt*. Oleh karena itu, untuk memperoleh kembali kepercayaan dan mempertahankan pengguna, *e-wallet* DANA perlu memperkuat sistem keamanannya serta meningkatkan transparansi di setiap permasalahannya agar kejadian serupa tidak terulang lagi.
4. *Complexity* (X3) memiliki pengaruh yang baik terhadap *Intention To Adopt* (Y). Melihat pernyataan 1 yang memiliki nilai skor sangat baik sebesar 4,68. Hal ini menunjukkan bahwa *e-wallet* DANA memiliki kemudahan dalam

meng-*install* aplikasinya. Adanya kesan pertama yang baik akan menimbulkan persepsi bahwa *e-wallet* DANA memiliki kemudahan untuk dipahami dan digunakan. Oleh karena itu tingkatan proses pemakaian yang cepat, jelas, dan familiar.

5. *Trialability* (X3) memiliki pengaruh yang baik terhadap *Intention To Adopt* (Y). Melihat pernyataan 2 yang memiliki nilai skor sebesar 4,11. Hal ini menunjukkan bahwa tujuan orang-orang yang tertarik melakukan uji coba *e-wallet* DANA adalah yang ingin melihat manfaat yang bisa diperoleh saat menggunakan *e-wallet* DANA DANA. Hal ini bisa dicoba oleh DANA agar sedikit lebih memanjakan pengguna *e-wallet* DANA non-premium dengan menambahkan fitur yang unggul dan yang paling banyak dipakai oleh pengguna tetap dengan durasi lebih lama, sehingga akan meningkatkan kesan yang baik selama penggunaan aplikasi. Hal ini diharapkan hasil kepuasan konsumen dapat mempengaruhinya untuk melakukan *upgrade* ke aplikasi premium.