

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis faktor pengaruh teori TAM dan TPB terhadap minat pengguna produk *e-money* (go-pay), maka dapat disimpulkan adalah sebagai berikut:

1. Analisis faktor pengaruh teori TAM dan TPB terhadap minat pengguna secara simultan (uji F) didapatkan F hitung 26,607 > F Tabel 2,48 dengan angka signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti semua variabel mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel *behavioral intention using*. Sedangkan secara parsial (uji t) pada variabel PU (X1) didapatkan t hitung 0,960 < t tabel sebesar 1,988, variabel PEOU (X2) didapatkan t hitung 0,409 < t tabel sebesar 1,988, variabel SN (X3) didapatkan t hitung 0,807 < t tabel sebesar 1,988, variabel PBC (X4) didapatkan t hitung 4,375 > t tabel sebesar 1,988, yang artinya pada (variabel X4) H4 diterima dan terbukti sedangkan (variabel X1,X2,X3) H1,H2,H3 ditolak sebab nilainya kurang dari t tabel dan mengartikan pengaruhnya tidak terbukti.
2. Faktor dominan dari faktor pengaruh teori TAM dan TPB terhadap minat penggunaan pertama yaitu faktor PBC paling dominan sebesar 48,1% dan signifikan, kedua faktor PU sebesar 14,1%, SN sebesar 13,3%, dan terakhir faktor PEOU sebesar 0,59% namun tidak signifikan. Sehingga setiap kenaikan sebesar 1 pada minat penggunaan produk *e-money* akan

mengalami kenaikan yaitu, PBC (0,481) secara signifikan sedangkan PU (0,141), SN (0,133), PEOU (0,059) namun tidak signifikan.

3. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU) sebagai produk baru dipengaruhi secara signifikan persepsi kontrol perilaku (PBC). Kemudian disimpulkan juga bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh paling besar terhadap minat perilaku menggunakan *e-money* (BIU). Terdapat dua pengaruh kontribusi dasar dalam pembentukan model pada penelitian ini. Pertama, sebagaimana telah dijelaskan diatas bahwa teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) terintegrasi dalam menjelaskan faktor-faktor yang menentukan minat adopsi atau penggunaan teknologi yaitu produk *e-money* sebagai alat pembayaran baru. Dengan kata lain penelitian ini mengintegrasikan variabel yang mengaitkan peranan orang di sekitar dalam mempengaruhi sikap dan perilaku individu. Kedua, pada model penelitian ini juga dapat dijelaskan bahwa perilaku persepsian adalah faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan produk *e-money* baik secara langsung maupun tidak langsung.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis faktor pengaruh teori TAM dan TPB terhadap minat penggunaan produk *e-money* (go-pay) dengan studi pada mahasiswa Fakultas Syariah Prodi Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2015-2016 Universitas Islam Bandung ada beberapa hal yang dapat dipertimbangkan sebagai masukan sebagai berikut:

### 1. Bagi Akademisi

- a. Model penelitian ini dapat digunakan kembali untuk mengetahui apakah model ini masih berlaku jika diterapkan pada studi kasus yang berbeda.
- b. Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan faktor-faktor pengaruh lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Sehingga dapat diketahui lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu dalam mengadopsi teknologi/produk baru.
- c. Objek penelitian ini mahasiswa yang terdapat dalam satu wilayah, oleh karenanya penelitian selanjutnya bisa memperluas objek peneliti supaya mampu merepresentasikan masyarakat secara umum.

### 2. Bagi Pihak yang Terkait dalam Produk *E-money*

- a. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk merancang strategi pemasaran produk *e-money* atas dasar perilaku konsumen.
- b. Perlu adanya informasi lebih kepada masyarakat tentang kemudahan dalam menggunakan produk *e-money* dan manfaat yang dapat dirasakan dari penggunaan produk *e-money*, sehingga masyarakat tidak ragu dalam mengadopsinya.
- c. Pemerintah dan *stakeholder* lebih memperbanyak kerjasama dengan *merchant* yang dapat melayani pembayaran menggunakan produk *e-money* supaya penggunaan *e-money* dapat dijangkau di seluruh wilayah dan pelayanan umum.