

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Secara keseluruhan dari hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Risiko Keamanan (RK) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Intensi Menggunakan (IM) layanan Gopay, artinya semakin tinggi risiko keamanan belum tentu semakin tinggi juga intensi masyarakat dalam menggunakan layanan Gopay.
2. Risiko Operasional (RO) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Intensi Menggunakan (IM) layanan Gopay, artinya semakin tinggi risiko operasional belum tentu semakin rendah intensi pengguna dalam pemanfaatan layanan Gopay.
3. Kepercayaan (KP) berpengaruh positif signifikan terhadap Intensi Menggunakan (IM) karena semakin tinggi rasa kepercayaan pengguna pada layanan Gopay maka niat untuk menggunakan terus-menerus akan semakin tinggi.
4. Religiusitas (RI) berpengaruh negatif tidak signifikan dalam memoderasi hubungan antara Kepercayaan terhadap Intensi Menggunakan karena meskipun seseorang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi, namun jika ada keraguan dalam menggunakan layanan gopay maka tidak ada memiliki efek religiusitasnya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti mengalami keterbatasan baik secara teoritis, metodologis dan teknis akan disampaikan sebagai berikut :

1. Melakukan penelitian di tengah pandemi Covid-19 sehingga sulit mendapatkan responden.
2. Mencari responden dan menyebarkan kuesioner (Google Form) melalui online / media sosial, mengakibatkan keraguan atas jawaban yang diisikan oleh responden.
3. Banyak responden yang tidak sesuai kriteria turut mengisi kuesioner karena mudah diakses secara *online*.
4. Responden malas membaca kuesioner sehingga pengisian item-item pernyataan dijawab secara acak dan tidak serius.

5.3 Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan peneliti, maka peneliti akan memberikan beberapa saran yang bermanfaat bagi pihak-pihak terkait, sebagai berikut :

1. Bagi Penyedia Layanan Gopay

Risiko-risiko mungkin saja terjadi pada layanan di kecanggihan teknologi dan berbasis online sehingga alangkah baiknya penyedia layanan terus meningkatkan kemanannya agar apabila terjadi error dari jaringan buruk maupun handphone tidak mendukung dapat diantisipasi dari awal guna pencegahan risiko. Apabila risiko dapat ditekan sekecil mungkin, maka tingkat kepercayaan pengguna akan semakin meningkat pada layanan Gopay dan terus menerus menggunakannya.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah referensi teori terkait, khususnya dari segi religiusitas di masing-masing teori agar peneliti juga mengetahui dasar/ayat yang menerangkan teori terkait dalam kacamata Islam.



DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, S., & Sutanto, T. E. (2015). *Statistika Tanpa Stress*. Jakarta: Trans Media Pustaka.
- Agag, G., Ahmed A, & El-Masry. (2016). Understanding Consumer Intention To Participate In Online Travel Community and Effects On Consumer Intention To Purchase Travel Online and WOM: An Integration Of Innovation Diffusion Theory and TAM With Trust. *Computers In Human Behavior*, 60, 97-111.
- Balouchi, M. A. (2016). Explaining and predicting online tourists' behavioral intention in accepting consumer generated contents. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*.
- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding information systems continuance: An expectation -confirmation model. *MIS Quarterly*, 25(3), 351-370.
- Bukhari, S. H., M. Woodside, F., Hassan, R., Shaikh, A. L., Hussain, S., & Mazhar, W. (2019). Is Religiosity an Important Consideration in Muslim Consumer Behavior. *Journal Of Islamic Marketing*.
- Chen, C., Zhang, K. K., & Zhao, S. (2015). Examining the Effects of Perceived Enjoyment and Habit.
- Chen, S.-C., Joong, D., & Lai, M.-T. (2014). Assessing The Relationship Between Technology Readiness and Continuance Intention in an E-Appointment System: Relationship Quality as a Mediator. *Journal of Medical System*, 38(9), 76.
- Daeng, D. A. (2018, Januari 8). *Plus Minus Uang Elektronik: Pilih E-Wallet atau Kartu E-Money? Diambil kembali dari Tirto: <https://tirto.id/plus-minus-uang-elektronik-pilih-e-wallet-atau-kartu-emoney-cCUz>*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319.
- Davis, F. D. (1992). Extrinsic and Intrinsic Motivation to Use Computers in the Workplace. *Journal of Applied Social Psychology* 22(14), 1111–1132.
- Dlodlo, N. (2014). The Use Of M-Payment Services In South Africa: A Value Based Perceptions Approach. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 14(1), 159-178.
- Fintech., D. (2018). *Ovo Hadirkan Keuntungan Belanja Dengan Sistem Poin*. Diambil kembali dari www.duniafintech.com: <https://www.duniafintech.com/ovo-hadirkankeuntungan-belanja-dengan-sistem-poin/>.
- Gerrard, P., Cunningham, J., & Devlin, J. (2006). Why consumers are not using internet banking. *Journal of Services Marketing* 20(3), 160–168.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, L., & Latan, H. (2014). *Dalam Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan WarpPLS 4.0*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Huber, S., & Huber, O. W. (2012). The Centrality of Religiosity Scale (CRS). *Religions* 3(3), 710, 724.

- Hur, Y., & Lim, S. H. (2017). An empirical study on the impact of the perceived securities and trust to diffusion of IoT-based smart banking services: Focusing on university students. *Insurance Finance Review*, 28 (1), 37-76.
- Khafidhin, R. (2013). Identifikasi Faktor-faktor Penggunaan Layanan CIMB Mobile Banking oleh Nasabah di Kota Bandung.
- Kim, K.-P., Kim, Y.-O., Lee, M.-K., & Youn, M.-K. (2014). The Effects of Co-Brand Marketing Mix Strategies on Customer Satisfaction, Trust and Loyalty for Medium and Small Traders and Manufactures. *Economics and Management*, 1 (17), 140-151.
- Lee, A. R. (2016). Fintech users' information privacy concern and user resistance: Investigating the interaction effect with regulatory focus. *Journal of the Korea Institute of Information Security & Cryptology* 26(1), 209–226.
- Lee, J.-M., & Kim, H.-J. (2020). Determinants of Adoption and Continuance Intentions Toward Internet-Only Banks . *International Journal of Bank Marketing ISSN: 0265-2323*, 38 (4), 843-865.
- Lestari, D. D., & Ariyanti, M. (2019). The Impact of Perceived Technology Security, Perceived Risk, and Trust on Consumer Intention to Use and Recommend BCA Mobile. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 1355-1363.
- Lim, S. H. (2016). An investigation of the psychology of password. *Journal of the Korea Institute of Information Security & Cryptology* 26(5) , 1251–1258.
- Lim, S. H. (2017). *Understanding of IoT business (1st ed.)*. Seoul, Korea: Chungram Book Publishing.
- Lim, S. H., Kim, D. J., & Hur, Y. &. (2018). An Empirical Study of the Impacts of Perceived Security and Knowledge on Continuous Intention to Use Mobile Fintech Payment Services. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 35 (1), 886-898.
- Lu, C., & Huang, S. &. (2010). An empirical study of on-line tax filing acceptance model : Integrating TAM and TPB. *African Journal of Business Management*, 4(5), 800–810.
- Moh. Nazir. (2014). *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Musyaffi, A. M. (2016). Pengaruh persepsi kemudahan dan Persepsi Kegunaan terhadap Penerimaan Pengguna Sistem Informasi Akademik Terpadu. *JRAK: Jurnal Riset Akuntansi Dan Komputerisasi Akuntansi*, 7(2), 71–82.
- Musyaffi, M. A., & Kayati. (2019). Dampak Kemudahan dan Risiko Sistem Pembayaran QR Code: Technology Acceptance Model (TAM) Extension. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 3(2), 161-176.
- Pavlou, P. A. (2001). Consumer Intentions to Adopt Electronic Commerce – Incorporating Trust and Risk in The Technology Acceptance Model. *DIGIT 2001 Proceedings*, 1-28.
- Rahman, A. A., Asrarhaghghi, E., & Rahman, S. A. (2015). Consumers and Halal cosmetic. *Journal of Islamic Marketing*, 6(1).
- Rio, J., Nugroho, E., & Hidayah, I. (2015). Analisis Kesuksesan Implementasi Sistem Informasi Skripsi pada Program Studi Teknik Informatika

- Universitas Pembabgunan Nasional "Veteran" Yogyakarta. *Jurnal Teknik Informasi*, 7-13.
- Riyanda P, M. D. (2015). Analisis Keberterimaan Aplikasi Mobile Banking: Menggunakan Pendekatan Unified Theory of Acceptance of Use Technology (UTAUT) yang Dimodifikasi. *Universitas Gajah Mada*.
- Ryu, H.-S. (2018). What makes users willing or hesitant to use Fintech?: The moderating effect of user type.
- Saputra, M. &. (2017). Financial Technology Business Model as Branchless Banking. *The International Conference on ICT for Smart Society (ICISS)*.
- Setyowati, D. (2018). *Tren Baru Pembayaran Kode QR yang Menyimpan Masalah*. Retrieved from <https://katadata.co.id/berita/2018/09/11/tren-baru-pembayaran-kode-qr-yang-menyimpan-masalah>.
- Soomro, Y. A. (2019). Understanding the Adoption of SADAD E-Payments: UTAUT Combined with Religiosity as Moderator. *International Journal of E-Business Research*, 55-74 Vol. 15 Issue 1.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- Sungkar, I. (2010). Consumer Awareness: Thoughts and Trends Across The Globe. *The Halal Journal*. Vol. 2(1), 22-28.
- Suryanto, V. (2019). *Top up bermasalah, begini penjelasan pihak Go-Pay*. Retrieved from <https://keuangan.kontan.co.id/news/top-up-bermasalah-begini-penjelasan-pihak-go-pay>.
- Tan, E. &. (2016). Young Consumers Behavioural intention to adopt mobile banking among the millennial generation. *International Journal of Bank Marketing*, 17(3), 18-31.
- Tasca, P., Aste, T., Pelizzon, L., & Perony, N. (2016). Banking Beyond Banks and Money. . AG, Switzerland: Springer International Publishing. Venkatesh, V, 11.
- Vasileiadis, A. (2014). Security Concerns And Trust In The Adoption Of M-Commerce.
- Venkatesh, V. &. (2010). Unified theory of acceptance and use of technology: U.S. vs. China. *Journal of Global Information Technology Management*, 13(1), 5–27.
- Wiradimaja, M. F., & Rikumahu, B. (2019). Pengaruh Faktor Risiko Dan Faktor Kepercayaan Terhadap Adopsi Electronic Wallet Menggunakan Model Tam (Studi Kasus: E-Wallet Ovo Di Kota Bandung). *e-Proceeding of Management*, 1-5.
- Zhao, Y., & Kurnia, S. (2014). Exploring Mobile Payment Adoption in China. in *PACIS 2014 Preceedings*.