

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dipaparkan dari bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan hasil dari penelitian ini yaitu :

1. Inovasi diri berpengaruh positif signifikan terhadap keinginan untuk terus menggunakan.
2. Risiko keamanan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap keinginan untuk terus menggunakan.
3. Risiko privasi berpengaruh negatif signifikan terhadap keinginan untuk terus menggunakan.
4. Risiko keuangan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap keinginan untuk terus menggunakan.

5.2 Keterbatasan

Pada penelitian yang telah dilakukan terdapat keterbatasan di dalam penelitian ini yaitu selama Pandemi COVID-19 peneliti merasa kesulitan dalam menyebarkan kuesioner karena adanya keterbatasan interaksi secara langsung atau tatap muka dengan responden.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti saat ini, maka peneliti memberikan saran-saran yang dapat digunakan sebagai pertimbangan agar lebih bisa menghasilkan penelitian yang lebih sempurna lagi. Adapun saran yang diberikan oleh peneliti, yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti mengharapkan bagi peneliti selanjutnya bisa menambahkan penggunaan variabel-variabel lain sehingga model yang diajukan lebih sesuai.

2. Bagi Shopee

Diharapkan bagi Shopee dapat meningkatkan aplikasi pembayaran seluler (*mobile payment*) *Shopeepay* supaya lebih menarik dengan mengeluarkan lebih banyak inovasi fitur-fitur terbaru oleh *Shopeepay* seperti *games* berhadiah atau lebih banyak lagi *voucher* gratis ongkir dan diskon. Agar pengguna tertarik dan mau untuk mencoba inovasi yang dimiliki oleh *Shopeepay* dan terus meningkatkan penggunaannya terhadap aplikasi pembayaran seluler tersebut. Kemudian, risiko yang ada dalam aplikasi pembayaran seluler *Shopeepay* (risiko keamanan, risiko privasi, dan risiko keuangan) selalu menjadi tolak ukur agar dapat diminimalisir oleh pengguna ketika menggunakan aplikasi pembayaran seluler *Shopeepay*. Sehingga pengguna merasa tidak khawatir dengan risiko yang ada dan pengguna akan terus memiliki keinginan untuk menggunakan aplikasi tersebut.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdillah, W., & Jogiyanto. (2009). *Partial Least Square (PLS) Alternatif SEM dalam Penelitian Bisnis*. Andi. Yogyakarta.
- Abdillah, W., & Jogiyanto, H. (2016) *Partial Least Square (PLS) Alternatif SEM dalam Penelitian Bisnis*. Andi. Yogyakarta.
- Dhiman, N., Arora. N., Dogra, N., & Gupta, A. 2019. Consumer adoption of smartphone fitness apps: an extended UTAUT2 perspective. *Journal of Indian Business Research*, 12(3), 363-388.
- Emma, L.S., Yogesh K.D., Niall, C.D., & Michael, D. 2015. Modeling consumers adoption intentions of remote mobile payments in the United Kingdom: extending UTAUT with innovativeness, risk, and trust. *Psychology and Marketing*, 32(8), 860-873.
- Euromonitor International. 2014. The mobile wallet: how loyalty could spur consumer adoption of mobile payments. Available at: www.portal.euromonitor.com/portal/analysis/tab#/
- Fraenkel, Jack. R., & Norman, E. Wallen. 2012. *How to design and evaluate research in education 8th edition*. McGraw-Hill Higher Education. Boston
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.Semarang.
- Ghozali,I., & Latan, H. (2014). *Partial Least Squares: Konsep, Metode, dan Aplikasi Menggunakan WarpPLS 4.0* (edisi 2). Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program smart PLS 3.0* (2nd ed.). Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hirschman, E. 1980. Innovativeness, novelty seeking, and consumer creativity. *Journal of Consumer Research*, 7, 283-295.
- <https://pressrelease.kontan.co.id/release/tumbuh-pesat-shopeepay-pimpin-dompet-digital-kuartal-pertama-2021> diakses tanggal 28 Maret 2021
- <https://www.mediakonsumen.com/2021/02/13/surat-pembaca/penipuan-mengatasnamakan-shopee-dengan-modus-reward-saldo-shopeepay> diakses tanggal 28 maret 2021

- Liebana-Cabanillas, F., Marinkovic, V., Ramos de luna, I., & Kalinic, Z. 2018. Predicting the determinants of mobile payment acceptance: a hybrid SEM-neural network approach. *Technological Forecasting and Social Change*, 129, 117-130.
- Madan, K. R. Y. 2016. Behavioural intentions to adopt mobile wallets: a developing country's perspective. *Journal of Indian Business Research*, 8(3).
- Mouakket, S. 2020. Investigating the role of mobile payment quality characteristics in the United Arab Emirates: implications for emerging economies. *International Journal of Bank Marketing*, 38(7), 1465-1490.
- Morgan, N. A., & Rego, L.L. 2006. The value of different customer satisfaction and loyalty metrics in predicting business performance. *Marketing Science*, 25(5), 426-439.
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptisa, G., & Campos, F. 2016. Mobile payment: understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61, 404-414.
- Ramadan, R., And Aita, J. 2018. A model of mobile payment usage among Arab consumers. *International Journal of Bank Marketing*, 36(7), 1213-1234.
- Ristola, A. 2010. Insights into customers emerging interest in mobile services, Academic dissertation. *Department of Marketing*, University of Oulu.
- Ruslan. (2010). *Manajemen Publik Relasi dan Media Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Suryani, T. (2013). Perilaku Konsumen di Era Internet. *Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Thakur, R., & Srivastava, M. 2014. Adoption readiness, personal innovativeness, perceived risk and usage intention across customer groups for mobile payment services in India. *Internet Research*, 24(3), 369-392.

Thakur, R., & Srivastava, M. 2013. Customer usage intention of mobile commerce in India: an empirical study. *Journal of Indian Business Research*, 5(1), 52-72.

Zhou, T. 2013. An empirical examination of continuance intention of mobile payment services. *Decision Support Systems*, 54, 1085-1091.

