

# **BAB V**

## **KESIMPULAN**

### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis diatas, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *mobile payment e-money*. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasakan manfaat terhadap penggunaan *mobile payment e-money* karena lebih cepat dan efektif untuk sistem pembayaran.
2. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *mobile payment e-money*. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasakan kemudahan terhadap penggunaan *mobile payment e-money* karena lebih cepat dan efektif untuk sistem pembayaran.
3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *mobile payment e-money*. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasakan kepercayaan terhadap penggunaan *mobile payment e-money* karena lebih cepat dan efektif untuk sistem pembayaran.

### **5.2. Saran**

Bedasarkan hasil kesimpulan yang telah dipaparkan, maka ada beberapa saran yang disampaikan sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya bisa mencapai responden sebanyak 107 orang. Maka, untuk penelitian selanjutnya diharapkan bisa menambah responden lebih banyak untuk memberikan hasil yang lebih baik lagi.
2. Bagi penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama diharapkan untuk menambah jumlah sampel, menambahkan variabel lain yang belum digunakan serta membahas variabel minat beli untuk titik tolak

dalam melakukan keputusan pembelian, dan peneliti selanjutnya juga dapat menambah area cakupan dari objek penelitian sebelumnya.

### **5.3. Keterbatasan Penelitian**

Didalam melakukan penelitian ini tidak lepas dari keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki oleh penelitian ini. Adapun keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya 3 variabel independen yaitu persepsi manfaat persepsi kemudahan, dan kepercayaan sehingga tidak dapat mencakup dan mengetahui seluruh variabel yang mempengaruhi persepsi penggunaan *mobile payment e-money*.
2. Keterbatasan peneliti karena adanya pandemi covid 19 membuat penelitian ini menggunakan kuesioner online yang memakan waktu lebih lama dalam mengumpulkan data.