

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan pembahasan mengenai kesimpulan dan saran. Kesimpulan dibuat berdasarkan pada hasil pengolahan yang sudah dilakukan pada bab-bab sebelumnya untuk menjawab rumusan masalah. Saran dibuat untuk diberikan pada penelitian selanjutnya.

V.1 Kesimpulan

Pada subbab ini berisikan kesimpulan dari hasil pengolahan yang sudah dilakukan pada bab-bab sebelumnya. Terdapat dua kesimpulan yang menjawab rumusan masalah pada Bab I. Berikut merupakan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan.

1. Variabel pada penelitian ini adalah *perceived quality*, *perceived value*, *trust in mobile payment*, *satisfaction*, *loyalty*, *expected switching cost*, *brand preference*, dan *continuance intention*. Terdapat empat variabel yang mempengaruhi *continuance intention merchant* secara signifikan mau langsung ataupun tidak langsung, yaitu *perceived quality*, *trust in mobile payment*, *perceived value*, dan *satisfaction*. *Satisfaction* memiliki pengaruh paling besar terhadap *continuance intention*, yaitu sebesar 0,511 sedangkan *perceived quality* memiliki pengaruh sebesar 0,277, *trust in mobile* memiliki pengaruh sebesar 0,196, dan *perceived value* memiliki pengaruh sebesar 0,149 terhadap *continuance intention*.
2. Usulan atau rekomendasi yang diberikan kepada perusahaan *fintech* untuk meningkatkan *continuance intention merchant* terhadap uang elektronik berbasis *server* adalah berdasarkan pada variabel yang mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel *continuance intention*, yaitu *satisfaction*, *perceived quality*, *trust in mobile payment*, dan *perceived value*. Rekomendasi yang diberikan adalah perusahaan *fintech* sebaiknya terlebih dahulu memberikan informasi/himbauan kepada pihak *merchant* jika akan terjadi sesuatu terhadap layanan. Selain itu, perusahaan *fintech* sebaiknya membuat suatu prosedur dan/atau

menjalankan tugas sesuai dengan prosedur yang sudah diketahui oleh dua belah pihak, dan mempertimbangkan pengurangan atau peniadaan promo *cashback* pada suatu layanan atau memberikan promo pada waktu-waktu tertentu. Usulan-usulan yang sudah disebutkan sebelumnya dapat meningkatkan nilai *satisfaction* karena kepuasan suatu *merchant* dapat terjadi jika *merchant* tersebut merasakan hal positif yang diberikan oleh layanan.

V.2 Saran

Pada subbab ini berisikan saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya. Saran yang diberikan adalah sebagai berikut.

1. Mengubah model penelitian dengan menambah beberapa variabel yang belum terdapat pada model penelitian ini.
2. Melakukan wawancara kepada seluruh responden jika tidak memiliki keterbatasan waktu.
3. Penyebaran kuesioner juga dilakukan secara *offline* menggunakan kertas. Hal ini akan memudahkan *merchant* yang sudah tua untuk membaca. Selain itu, banyak *merchant* yang sudah tua tidak memiliki media yang dapat menunjang mereka untuk mengisi kuesioner secara *online*.
4. Menambahkan karakteristik UMKM pada kuesioner agar data responden lebih jelas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuwuragil, K. (2017). *Mengenal Cara Kerja dan Teknologi dalam Uang Elektronik*. Diunduh dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20170924170313-185-243680/mengenal-cara-kerja-dan-teknologi-dalam-uang-elektronik>
- Bank Indonesia. (2019). *Jumlah Transaksi Uang Elektronik Beredar*. Diunduh dari <https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uang-elektronik/contents/transaksi.aspx>
- Bank Indonesia. (2006). *Upaya Meningkatkan Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai Melalui Pengembangan E-Money*. Diunduh dari https://www.bi.go.id/id/publikasi/sistem-pembayaran/riset/Documents/5a4a2a969d534111a3c8a439840b80b6WorkingPaper_MicroPayment.pdf
- Budiaji, W. (2013). *Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert*. 2(2). 127-133. Diunduh dari <https://osf.io/preprints/inarxiv/k7bgy/download>
- Dawei, S. & Wu, W. (2017). *Understanding Mobile Shopping Consumers Continuance Intention, Industrial Management & Data system*. 117(1). 213-227. doi: 10.1108/IMDS-02-2016-0052. Diunduh dari https://www.researchgate.net/publication/313361793_Understanding_mobile_shopping_consumers'_continuance_intention
- Devita, V. D. (2019). *Siapa Aplikasi E-wallet dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia?*. Diunduh dari <https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>
- Dina, S. (2017). *Pemerintah Mau 8 Juta UMKM Pakai Layanan Pembayaran Digital pada 2020*. Diunduh dari https://kominfo.go.id/content/detail/12092/pemerintah-mau-8-juta-umkm-pakai-layanan-pembayaran-digital-pada-2020/0/sorotan_media
- Duwi, S. (2013). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Penggunaan Electronic Money*. Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail_pencarian/70171
- Fauni, E. A. (2018). *Penetrasi Pembayaran Digital Terobos UKM*. Diunduh dari <https://www.indotelko.com/read/1545882105/penetrasi-pembayaran-digital>

- Ferdinand, A. (2002). *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Undip
- Geladi, P. & Kowalski, B. R. (1986). *Partial Least Squares Regression: a tutorial*. 185. 1-17. doi: 10.1016/0003-2670(86)80028-9. Diunduh dari <https://booksc.xyz/book/1977804/215080>
- Ginting, D. B. (2009). *Structural Equation Model (SEM)*. 8(3). 121-134. Diunduh dari https://jurnal.likmi.ac.id/Jurnal/11_2009/SEM_dahlia_.pdf
- Guratri, J. (2016). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap Dalam Penggunaan T-Cash*. Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/99415>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, ed. 1. Sage Publication: United State of America.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). *PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet*, *Journal Marketing Theory and Practice*. 19(2). 139-152. doi: 10.2753/mtp1069-6679190202. Diunduh dari <https://booksc.xyz/book/36966375/372d3f>
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). *Customer Repurchase Intention*. *European Journal of Marketing*. 37(11/12). 1762-1800. doi: 10.1108/03090560310495456. Diunduh dari <https://booksc.xyz/book/21522300/ddd2d3>
- Indah, S. P. & Veronicha R. (2019). *Bagaimana Implementasi Pembayaran Non Tunai Berbasis Aplikasi yang Ideal?*. Surabaya: HIMA EP UNAIR
- Israel, G. D. (TT). *Determining Sample Size*. IFAS Extension: University of Florida. Diunduh dari <https://www.tarleton.edu/academicassessment/documents/Samplesize.pdf>
- Jati, N. J. (2012). *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem E-Ticket (Studi Empiris pada Biro Perjalanan di Kota Semarang)*. 1(2). 1-14. Diunduh dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/562/564>
- LPPI & Bank Indonesia. (2015). *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*. Jakarta: LPPI & Bank Indonesia.

- Marginingsih, R. (2019). *Analisis SWOT Technology Financial (fintech) Terhadap Industri Perbankan*. 19(1). 55-60. Diunduh dari <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/4893/2929>
- Merdeka. (2020). *Sejak Agustus 2019, BI Catat 1,7 Juta Merchant Telah Pakai QRIS Saat Pembayaran*. Diunduh dari <https://www.merdeka.com/uang/sejak-agustus-2019-bi-catat-17-juta-merchant-telah-pakai-qris-saat-pembayaran.html>
- Movanita, A. N. K. (2019). *Perilaku Pembayaran Konsumen, Pilih Tunai atau Nontunai?*. Diunduh dari <https://money.kompas.com/read/2019/03/29/091700526/perilaku-pembayaran-konsumen-pilih-tunai-atau-nontunai-?page=all>
- Mulyasari, H., Dan, T. T. B., Wijaya, B. M. (2014). *Analisis Jenis Sistem Pembayaran Elektronik Dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia*. 167-173. Diunduh dari [https://fti.uajy.ac.id/sentika/publikasi/makalah/2014/\(16\).pdf](https://fti.uajy.ac.id/sentika/publikasi/makalah/2014/(16).pdf)
- Nizar, M. A. (2017). *Teknologi Keuangan (fintech): Konsep dan Implementasinya di Indonesia*. Diunduh dari https://www.researchgate.net/publication/323629323_Teknologi_Keuangan_Fintech_Konsep_dan_Implementasinya_di_Indonesia
- Putri, C. A. (2020). *Resmi, Dompok Digital China WeChat Pat Beroperasi di RI*. Diunduh dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200113111719-37-129521/resmi-dompok-digital-china-wechat-pay-beroperasi-di-ri>
- Rohmah, F. (2018). *Perkembangan Uang Elektronik pada Perdagangan di Indonesia*. doi: 10.21043/bisnis.v6i1.3568. Diunduh dari https://www.researchgate.net/publication/332755046_Perkembangan_Uang_Elektronik_pada_Perdagangan_di_Indonesia
- Sasongko, E. N., Mustafid, Rusgiyono, A. (2016). *Penerapan Metode Structural Equation Modeling untuk Analisis Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akademik Terhadap Kualitas Website*. 5(3). 395-404. Diunduh dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/gaussian/article/viewFile/14695/14218>
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*, ed. 7. United Kingdom: John Wiley & Sons.

- Septiadi, A. (2019). *Fintech Merajai Uang Elektronik Berbasis Server, Bank Hanya 0,2%*. Diunduh dari <https://keuangan.kontan.co.id/news/fintech-merajai-uang-elektronik-berbasis-server-bank-hanya-02>
- Setyowati, D. (2019). *Persaingan Bisnis Dompot Digital Makin ketat dan Mengerucut*. Diunduh dari <https://katadata.co.id/berita/2019/10/07/persaingan-bisnis-dompot-digital-makin-ketat-dan-mengerucut>
- Siregar, A. E. (2016). *Financial Technology Tren Bisnis Keuangan ke Depan*. Diunduh dari <http://infobanknews.com/analisis/financial-technology-tren-bisnis-keuangan-ke-depan/>
- Suharyati, Sofyan, P. (2018). *Edukasi Fintech Bagi Masyarakat Desa Bojong Sempu Bogor*. 1(2). 1-9. Diunduh dari <https://journal.untar.ac.id/index.php/baktimas/article/view/2880/1756>
- Tazkiyyaturohmah, R. (2018). *Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern*. 3(1). 21-39. Diunduh dari https://www.google.com/search?safe=strict&sxsrf=ACYBGNTWu_1_iSn gYXVASzd2hSpv767p9A%3A1579101900405&ei=zC4fXsaxGMf59QPx 1aGgAw&q=jurnal+data+mitra+yang+bekerjasama+dengan+aplikasi+ua ng+elektronik&oq=jurnal+data+mitra+yang+bekerjasama+dengan+aplik asi+uang+elektronik&gs_l=psy-ab.3...16406.20591..21064...3.0..0.143.2638.25j4....2..0....1..gws-wiz.....35i39j33i160j33i21j33i10.b0uebmTUA dw&ved=0ahUKEWjGx9n-9IXnAhXHfH0KHfFqCDQQ4dUDCAs&uact=5
- Tulasi, D. (2012). *Marketing Communication dan Brand Awareness*. 3(1). 215-222. Diunduh dari http://eprints.binus.ac.id/25672/1/23_148%20-%20MCM%20-%20Dominikus%20Tulasi%20.pdf
- Wahyuni, S. (2017). *Hadirnya Inovasi Teknologi di Bidang Keuangan*. Diunduh dari <https://dosen.perbanas.id/hadirnya-inovasi-teknologi-dibidang-keuangan-2/>
- Waspada, I. (2012). *Percepatan Adopsi Sistem Transaksi Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Aksesibilitas Layanan Jasa Perbankan*. 16(1). 122-131. Diunduh dari <https://media.neliti.com/media/publications/115612-ID-none.pdf>

Yu, L., Cao, X., Liu, Z., Gong, M., & Adeel, L. (2018). *Understanding mobile payment users' continuance intention: a trust transfer perspective*. *Internet Research*. 28(2). 456-476. doi: 10.1108/IntR-11-2016-0359.
Diunduh dari <https://booksc.xyz/book/68276219/8e60af>