

BAB VI

PENUTUP

6.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi ShopeePay peneliti telah menyebarkan kuesioner kepada pengguna Aplikasi ShopeePay yang mana telah terkumpul sebanyak 356 responden sebagai sampel dalam penelitian ini. Kemudian hasil kuesioner tersebut diolah menggunakan *software SMARTPLS*, serta dilakukan analisis *SEM* untuk melakukan uji instrumen. Penelitian ini menggunakan Metode EUCS dengan 6 variabel yang terdiri dari variabel bebas yaitu *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Ease Of Use* dan *Timeliness* variabel terikat *User Satisfaction*.
2. Pada penelitian ini ada 5 hipotesis yang diajukan, disimpulkan 3 hipotesis **diterima** dan 2 **ditolak**. Berikut rangkuman uji hipotesis yang telah dilakukan menggunakan *bootstarping* dengan *software SMARTPLS* :
 - a. Hasil pengujian *bootstraping* pada *software SMARTPLS* membuktikan bahwa hubungan variabel *Content (X1)* terhadap *User Satisfaction (Y)* memiliki *t-statistics* sebesar 0,115. Dan nilai *original sample* sebesar -0,205, berarti berpengaruh negatif. Dengan demikian hipotesis 1 **ditolak**, yang artinya terdapat hubungan negatif dan tidak signifikan antara *Conten (X1)* User Satisfaction (*Y*).

- b. Hasil pengujian *bootstraping* pada *software SMARTPLS* membuktikan bahwa hubungan *Accuracy (X2)* terhadap *User Satisfaction (Y)* memiliki *t-statistics* sebesar 0.078. Dan nilai *original sample* sebesar -0,007, berarti berpengaruh negatif. Dengan demikian hipotesis 2 **ditolak**, yang artinya terdapat hubungan negatif dan tidak signifikan antara *Accuracy (X2)* terhadap *ShopeePay (Y)*.
- c. Hasil pengujian *bootstraping* pada *software SMARTPLS* membuktikan bahwa hubungan *Format (X3)* terhadap *User Satisfaction (Y)* memiliki *t-statistics* sebesar 10.239. Dan nilai *original sample* sebesar 0.509, berarti berpengaruh positif. Dengan demikian hipotesis 3 **diterima**, yang artinya terdapat hubungan positif dan signifikan antara *Social_Influence (X3)* terhadap *Behavior Intention to Use the System (Y)*.
- d. Hasil pengujian *bootstraping* pada *software SMARTPLS* membuktikan bahwa hubungan *Ease Of Use (X4)* terhadap *User Satisfaction (Y)* memiliki *t-statistics* sebesar 5.225. Dan nilai *original sample* sebesar 0.849, berarti berpengaruh positif. Dengan demikian hipotesis 4 **diterima**, yang artinya terdapat hubungan positif dan signifikan antara *Ease Of Use (X4)* terhadap *User Satisfaction (Y)*.
- e. Hasil pengujian *bootstraping* pada *software SMARTPLS* membuktikan bahwa hubungan *Timeliness (X5)* terhadap *User Satisfaction (Y)* memiliki *t-statistics* sebesar 4.705. Dan nilai *original sample* sebesar -0.577, berarti berpengaruh positif. Dengan demikian

hipotesis 5 **diterima**, yang artinya terdapat hubungan positif dan signifikan antara *Timeliness (X5)* terhadap *User Satisfaction (Y)*.

Jadi variabel atau faktor yang paling berpengaruh terhadap Penggunaan Aplikasi ShopeePay yaitu variabel *Format (X3)* karena memiliki *T-Statistics* paling tinggi yaitu 10.239.

6.2 SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah dijelaskan maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut.

1. Untuk pihak aplikasi ShopeePay, disarankan untuk meningkatkan dan mengevaluasi aspek-aspek yang berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi ShopeePay, khususnya pada aspek yang bermasalah seperti fitur Tarik tunai, virtual card, dan fitur investasi supaya bisa meningkatkan kelengkapan pada fitur-fitur yang kurang sehingga penggunaan dan kepuasan pengguna dapat terpenuhi.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan metode yang berbeda seperti *Is Succes Model* seperti *TAM*, *Webqual 4.0*, *UTAUT*, dan *Servqual* untuk mengukur penggunaan ataupun kepuasan pengguna.
3. Metode untuk menganalisis data dapat menggunakan metode lain selain seperti *path analysis*, regresi dengan menggunakan *software LISREL*, *AMOS* dan sebagainya.