BAB V
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari uraian teori dan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisis deskriptif serta analisis verifikatif *Structural Equation Model* (SEM) antara analisis pengaruh sosial dan motivasi hedonis terhadap minat untuk menggunakan lebih lanjut *mobile wallet* (survei pada pengguna *mobile wallet* DANA di Kota Bandung), maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. a. Gambaran mengenai penerapan pengaruh sosial yang dilaksanakan oleh *mobile wallet* DANA dinilai oleh sebagian konsumen termasuk pada kategori yang cukup tinggi. Hal ini menunjukan bahwa penerapan pengaruh sosial telah memberikan pengaruh yang cukup baik pada *mobile wallet* DANA dalam penggunaan lebih lanjut. Dimensi tertinggi yang mendorong konsumen dalam melakukan minat untuk menggunakan lebih lanjut adalah dimensi *social factor*, diikuti oleh dimensi *subjective norm*. Sedangkan, dimensi *image* memiliki penilaian terendah dalam memengaruhi minat untuk menggunakan lebih lanjut pada konsumen.

   b. Gambaran dari motivasi hedonis dapat diukur melalui dimensi seperti, *adventure shopping*, *gratification shopping*, *value shopping*, *social shopping*, dan *idea shopping*. Berdasarkan penilaian yang diperoleh motivasi hedonis termasuk pada kategori yang cukup tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi hedonis memiliki pengaruh yang cukup tinggi dalam penggunaan *mobile wallet* DANA. Dimensi dengan penilaian paling tinggi dalam memengaruhi minat untuk menggunakan lebih lanjut penggunaan *mobile wallet* DANA adalah dimensi *adventure shopping*, sedangkan penilaian paling rendah terdapat pada dimensi *gratification shopping*.

   c. Gambaran mengenai minat untuk menggunakan lebih lanjut memiliki penilaian yang cukup tinggi di hadapan konsumen. Dimensi ini dapat diukur menggunakan dimensi *possibility of repurchase* sebagai dimensi dengan nilai tertinggi. Hal ini dapat terjadi karena *mobile wallet* DANA memiliki

kesempatan untuk digunakan kembali oleh konsumen dalam kegiatan transaksi pembayaran. Sementara itu, dimensi dengan peniaian terendah yaitu dimensi *times of repurchase* karena setiap pengguna memiliki frekuensi waktu yang berbeda-beda saat menggunakan DANA.

2. Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan teknik analisis SEM memperoleh kesimpulan bahwa pengaruh sosial dalam penelitian ini secara signifikan berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan lebih lanjut (*continuance intention*). Hal tersebut menjelaskan semakin tinggi tingkat pengaruh sosial, maka akan semakin meningkat minat untuk menggunakan lebih lanjut pada konsumen dalam menggunakan *mobile wallet* DANA.

3. Hasil pengujian hipotesis motivasi hedonis dalam penelitian ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan lebih lanjut (*continuance intention*). Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat motivasi hedonis, maka akan semakin meningkat minat untuk menggunakan lebih lanjut pada konsumen dalam menggunakan *mobile wallet* DANA.

5.2 Rekomendasi

Platform atau aplikasi *mobile wallet* DANA adalah salah satu jenis *fintech* yang dikembangkan pada sektor keuangan, digunakan untuk dapat mengakomodasi kebutuhan konsumen dalam melakukan transaksi berbasis *mobile*. Berikut merupakan beberapa hal yang penulis rekomendasikan dalam penelitian ini :

1. a. Penerapan pengaruh sosial yang telah dilakukan *mobile wallet* DANA memiliki pengaruh yang secara keseluruhan bersifat signifikan dan dapat dikategorikan memiliki pengaruh yang cukup baik terhadap minat untuk menggunakan lebih lanjut pada pengguna *mobile wallet* DANA. Namun, terdapat beberapa hal yang menjadi perbaikan seperti konsumen menilai *mobile wallet* DANA kurang dalam meningkatkan citra dan status sosial mereka, maka dari itu diharapkan PT. Espay Debit Indonesia Koe perlu meningkatkan citra perusahaan sebagai upaya yang dapat membantu meningkatkan citra diri dan status sosial pada penggunanya dengan memperbaiki dimensi *image*.

b. Tanggapan pengguna terhadap dimensi motivasi hedonis dapat dikatakan cukup baik. Namun, masih terdapat indikator yang belum optimal seperti layanan yang diberikan *mobile wallet* DANA belum dapat meningkatkan kesan dan suasana hati konsumen. Maka dari itu, PT. Espay Debit Indonesia Koe perlu untuk memperhatikan, mengembangkan dan meningkatkan indikator-indikator yang berhubungan dengan dimensi pada masing-masing variabel motivasi hedonis.

c. Tanggapan pengguna terkait dimensi minat untuk menggunakan lebih lanjut *mobile wallet* DANA dapat dikategorikan cukup baik. Namun, terdapat indikator yang harus diperbaiki karena dapat menjadi ancaman bagi peningkatan minat untuk menggunakan lebih lanjut pada *mobile wallet* DANA seperti pada indikator *times of repurchase*. Maka dari itu penulis menyarankan PT. Espay Debit Indonesia Koe untuk lebih meningkatkan faktor pengaruh sosial dan motivasi hedonis pada produk *mobile wallet* DANA yang dijualnya agar konsumen merasa tidak ragu untuk menggunakan kembali DANA dengan frekuensi yang sering.

2. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengaruh sosial berpengaruh dalam meningkatkan minat untuk menggunakan lebih lanjut *mobile wallet* DANA, maka dari itu penulis merekomendasikan agar perusahaan dapat memperhatikan indikator dari variabel pengaruh sosial yang terdiri dari *subjective norm*, *social factor*, dan *image*. Dimana faktor WOM (*Word Of Mouth*) dapat dijadikan sebagai strategi dalam meningkatkan tingkat minat untuk menggunakan *mobile wallet* DANA.

3. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa motivasi hedonis berpengaruh dalam meningkatkan minat untuk menggunakan lebih lanjut *mobile wallet* DANA, maka dari itu penulis merekomendasikan agar perusahaan dapat memperhatihan indikator dari variabel motivasi hedonis yang meliputi *adventure shopping*, *gratification shopping*, *value shopping*, *social shopping*, dan *idea shopping*. Penulis mengharapkan penelitian ini dapat menjadi dasar atas dilakukannya penelitian lain mengenai minat untuk menggunakan lebih lanjut, tetapi dengan indikator-indikator yang berbeda di masa yang akan datang.