

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil pengujian penelitian yang berjudul Pengaruh Persepsi *Technology Acceptance Model (TAM)* Terhadap Minat Masyarakat Dalam Menggunakan *Financial Technology* dapat disimpulkan bahwa :

- 1) Persepsi kemudahan penggunaan masyarakat desa Tunggungjagir terhadap *fintech* diketahui bahwa responden yang menjawab kuesioner dengan presentase 88,3% merupakan kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian masyarakat desa Tunggungjagir setuju bahwa *fintech* efektif dalam memudahkan mereka untuk mengatur keuangan dengan cepat.
- 2) persepsi kegunaan masyarakat desa Tunggungjagir terhadap *fintech* diketahui bahwa 145 responden yang menjawab kuesioner tersebut 132 dengan presentase 91.0% merupakan kategori sedang, Jadi hal ini menunjukkan Masyarakat desa Tunggungjagir setuju bahwa *fintech* bermanfaat dalam meningkatkan kinerja pekerjaan.
- 3) Niat perilaku masyarakat desa Tunggungjagir terhadap *fintech* dapat diketahui bahwa 145 responden yang menjawab kuesioner tersebut 128 dengan presentase 88,3% merupakan kategori sedang responden setuju tentang indikator *use often*. Jadi dapat diketahui bahwa

Masyarakat desa Tunggunjagir setuju untuk terus menggunakan layanan fintech.

- 4) Minat masyarakat desa Tunggunjagir terhadap fintech dapat diketahui bahwa 145 responden yang menjawab kuesioner tersebut 128 dengan presentase 88,3% merupakan kategori sedang Hal ini menunjukkan bahwa Sebagian Masyarakat desa Tunggunjagir setuju bahwa berminat melakukan transaksi pada aplikasi fintech.
- 5) Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku. Berdasarkan analisis regresi yang telah dilakukan diketahui nilai koefisien regresi 0,290 dan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  sehingga persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku.
- 6) Persepsi kemudahan kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku. Berdasarkan analisis regresi yang telah dilakukan diketahui nilai koefisien regresi 0,326 dan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  sehingga persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku.
- 7) Persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan berpengaruh signifikansi secara simultan pada niat perilaku. Dengan nilai  $F_{hitung}$  lebih besar jika dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  sebesar  $(55,995 > 3,06)$  dan nilai signifikansi  $(0,001 < 0,05)$ .
- 8) Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Berdasarkan analisis regresi yang

telah dilakukan diketahui nilai koefisien regresi 0,472 dan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  sehingga persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.

- 9) Persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Berdasarkan analisis regresi yang telah dilakukan diketahui nilai koefisien regresi 0,354 dan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  sehingga persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.
- 10) Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat menggunakan. Dengan nilai  $F_{hitung}$  lebih besar jika dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  sebesar ( $112,135 > 3,06$ ) dan nilai signifikansi ( $0,001 < 0,05$ ).
- 11) Niat perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Berdasarkan analisis regresi yang telah dilakukan diketahui nilai koefisien regresi 0,617 dan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  sehingga niat perilaku positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.
- 12) Persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan dengan niat perilaku sebagai variabel moderasi menunjukkan hasil  $t_{hitung}$  lebih kecil daripada  $t_{tabel}$  ( $1,655 > -1,123$ ). Hal ini menunjukkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan dengan niat perilaku sebagai variabel moderasi

13) Persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan dengan niat perilaku sebagai variabel moderasi menunjukkan bahwa hasil  $t_{hitung}$  memperoleh -0,106 dan untuk  $t_{tabel}$  1,655. Sehingga  $t_{hitung}$  lebih kecil daripada  $t_{tabel}$  ( $1,655 > -0,106$ ). Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan dengan niat perilaku sebagai variabel moderasi.

14) Persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan dengan niat perilaku sebagai variabel moderasi tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Selanjutnya setelah adanya variabel moderasi pengaruh persepsi kemudahan dan kegunaan terhadap minat menggunakan sebesar 70,2%.

## **B. Batasan Penelitian dan Saran**

Batasan pada penelitian ini, kajian yang dipakai hanya sebatas pada variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan dan niat perilaku. Keterbatasan waktu penelitian serta ukuran populasi dan sampel pada penelitian ini dirasa kurang untuk penelitian lapangan.

Berdasarkan hasil penelitian maka saran yang dapat diberikan adalah pada penelitian selanjutnya diharapkan adanya pengembangan variabel yang digunakan bukan hanya persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan dan niat perilaku. Serta penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan minat Masyarakat dalam menggunakan *fintech*.