

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Persepsi kemudahan memiliki hasil olah data dari thitung $3,900 > t_{tabel} 1,654$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Maka dapat diartikan bahwa H01 ditolak dan H1 diterima, artinya persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan E wallet DANA. Salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan Aplikasi DANA pada mahasiswa prodi ekonomi syariah adalah mudahnya penggunaan, praktis dan efisien dan juga mudahnya menggunakan aplikasi tersebut untuk bertransaksi
2. Persepsi resiko memiliki hasil olah data dari thitung $6,074 > t_{tabel} 1,654$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Maka dapat diartikan bahwa H02 ditolak dan H2 diterima, artinya persepsi resiko berpengaruh terhadap minat penggunaan E wallet DANA. Beberapa faktor yang mempengaruhi resiko
3. Persepsi kemudahan dan resiko memiliki hasil olah data dari thitung $4,893 > t_{tabel} 1,654$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Maka dapat diartikan bahwa H03 ditolak dan H2 diterima, artinya persepsi kemudahan dan resiko berpengaruh terhadap minat penggunaan E wallet DANA. Namun terdapat beberapa variabel lain yang mempengaruhi minat penggunaan selain persepsi kemudahan dan risiko variabel tersebut antara lain mobilitas, keterjangkauan, kesesuaian serta kenyamanan disamping itu juga kemudahan akses dan fitur yang lengkap hilangnya saldo karena sistem transaksi yang menggunakan verifikasi berupa kata sandi, adanya kemungkinan error karena membutuhkan koneksi internet dalam bertransaksi serta adanya batasan minimal bertransaksi dan juga risiko terjadinya cybercrime.

4. Dalam Islam, persepsi kemudahan dan risiko tidak hanya dilihat sebagai hal yang bersifat duniawi, tetapi juga berkaitan erat dengan tujuan akhir hidup, yaitu mencari keridhaan Allah. Kemudahan diberikan sebagai bentuk kasih sayang Allah terhadap umat-Nya, sementara risiko adalah bagian dari ujian hidup yang mengajarkan kesabaran, tawakal, dan keteguhan iman. Dengan berusaha semaksimal mungkin dan menyerahkan hasilnya kepada Allah, umat Islam diajarkan untuk tetap optimis dan yakin bahwa segala sesuatu yang terjadi adalah bagian dari takdir yang baik. Persepsi kemudahan dalam menggunakan dompet digital sangat positif dan mendorong adopsi teknologi ini. Namun, persepsi risiko yang tinggi terkait keamanan dapat menghambat penggunaannya. Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan untuk meningkatkan kepercayaan pengguna melalui transparansi dan keamanan yang lebih baik agar penggunaan dompet digital sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dapat berkembang dengan baik.

B. Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya

Saran untuk peneliti selanjutnya yaitu jika ingin meneliti terkait apa saja tentang persepsi kemudahan dan risiko atau faktor yang mempengaruhi minat maka dapat menggunakan variabel lain yang belum digunakan pada variabel ini seperti kebudayaan (budaya, sub budaya, kelas sosial), sosial (kelompok acuan, keluarga, peranan status), pribadi (usia, pekerjaan, gaya hidup, kepribadian), atau psikologis (motivasi, pembelajaran, keyakinan dan sikap) saran ini hanya sebagian yang dapat peneliti berikan, selebihnya dapat dikembangkan sesuai kemampuan peneliti dan kondisi yang ada.

2. Bagi penyedia jasa layanan dompet digital (*e-wallet*) DANA

Berdasarkan jawaban responden yang telah peneliti dapatkan dari penyebaran kuisioner, maka dapat diketahui bahwa *Persepsi kemudahan dan Risiko* cukup mempengaruhi sebuah keputusan pembelian meskipun masih dalam kategori yang cukup, maka dari itu diharapkan perusahaan dapat mempertahankan kualitas yang dimiliki agar tetap menjaga branding yang selaa ini dibangun dan telah unggul di hati masyarakat, tentunya dengan saran perusahaan Aplikasi Dompot Digital Dana harus tetap memberikan inovasi terbarunya dari tahun ketahun yang mana dapat meningkatkan keputusan pembelian yang lebih signifikan lagi dan selalu menjaga kestabilan keamanan data dan privasi serta memberikan informasi-informasi yang lebih mengenai fitur-fitur dan promosi mengenai fasilitas yang ditawarkan.

Daftar Pustaka

Agustino, L., Ujianto, & Yousida, I. (2021). Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan