

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan hasil uji hipotesis tentang pengaruh persepsi kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan kegunaan, persepsi kenyamanan, dan persepsi keamanan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji statistik t, persepsi kepercayaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 (Sig. < 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi investasi IPOT *GO*.
2. Berdasarkan uji statistik t, persepsi kegunaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,031 (Sig. < 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi investasi IPOT *GO*.
3. Berdasarkan uji statistik t, persepsi kemudahan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,378 (Sig. > 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi investasi IPOT *GO*.
4. Berdasarkan uji statistik t, persepsi kenyamanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,004 (Sig. < 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kenyamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi investasi IPOT *GO*.

5. Berdasarkan uji statistik *t*, persepsi keamanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,392 (Sig. > 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi investasi IPOT *GO*.

## **B. KETERBATASAN**

Peneliti menyadari adanya keterbatasan yang mungkin mempengaruhi hasil penelitian ini, diantaranya:

1. Minat penggunaan aplikasi investasi IPOT *GO* dalam penelitian ini hanya dilihat dari lima variabel yaitu variabel persepsi kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan, dan persepsi keamanan.
2. Domisili responden yang berbeda-beda sehingga sulit untuk mendapatkan data kuesioner.
3. Dalam penelitian ini tidak menganalisis sampel berdasarkan daerah atau wilayah tempat tinggal responden yang mungkin bisa mempengaruhi minat penggunaan aplikasi investasi IPOT *GO*, misalnya tidak kuatnya jaringan internet.

### C. SARAN

Berdasarkan keterbatasan-keterbatasan di atas, peneliti selanjutnya disarankan untuk:

1. Peneliti selanjutnya hendaknya menambah variabel hendaknya ditambahkan variabel penelitian lain yang mempengaruhi minat penggunaan aplikasi investasi IPOT *GO* seperti variabel pengalaman, risiko, dan kesiapan teknologi.
2. Penelitian selanjutnya hendaknya menganalisis sampel yang jelas berdasarkan daerah atau wilayah tempat tinggal atau faktor lain sehingga bisa diketahui minat penggunaan aplikasi investasi IPOT *GO* dengan lebih jelas.
3. Peneliti selanjutnya hendaknya menambah sampel lebih banyak agar dapat lebih menggambarkan populasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Latifah N., Setyono, Joko, dan Muhdir, Ibnu. 2015. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *Internet Banking* pada Nasabah BNI Syariah Yogyakarta. *Skripsi Program Strata 1 Program Studi Keuangan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- Anisa. 2016. Pengaruh Persepsi terhadap Minat Penggunaan *Internet Banking* Bank Muamalat Indonesia Tulungagung. *Skripsi Program Strata 1 Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung*. (tidak dipublikasikan)
- Bangkara, Rajendra Prasada dan Mimba, Ni Putu Sri Harta. 2016. Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* pada Minat Penggunaan *Internet Banking* dengan *Attitude Toward Using* sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Vol.16, No. 3, hal. 2408-2434.
- Bohang, Fatimah Kartini. 2018. *Berapa Jumlah Pengguna Internet Indonesia?*. <https://tekno.kompas.com/read/2018/02/22/16453177/berapa-jumlah-pengguna-internet-indonesia>. (Diakses tanggal 30 Oktober 2018)
- Dewi, Ni Luh P. E. P., Sinarwati, Ni Kadek, dan Yuniarta, Gede Adi. 2017. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *e-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha*. Vol. 7 No. 1, hal. 1-11.
- Dwitasari, Marisca dan Baridwan, Zaki. 2014. Faktor Determinan Minat Individu Menggunakan *M-Commerce* : *Technology Acceptance Model* yang Dimodifikasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*. Vol. 2, No. 1, hal. 1-16.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- <http://www.portalreksadana.com/node/655>. (Diakses tanggal 14 November 2018)
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi 3. Kaliurang: Erlangga.

- Malik, Ahmad Dahlan. 2017. Analisa Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berinvestasi di Pasar Modal Syariah melalui Bursa Galeri Investasi Uisi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol. 3 No. 1, hal. 61-84.
- Mardiyanti, Sofiana dan Purnomosidhi, Bambang. 2014. Pengaruh Keyakinan dan Kepercayaan Teknologi Terhadap Minat Penggunaan *Internet Banking* Di Malang: *Theory of Reason Action* yang Direduksi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*. Vol. 2, No. 2.
- Priyatno, Duwi. 2014. *SPSS 22 Mengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi.
- Rakhmawati, Sherly dan Isharijadi. 2013. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan Sistem *Internet Banking* pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Madiun. *Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*. Vol. 2, No. 2, hal. 71-84.
- Santosa, Singgih. 2009. *Panduan Lengkap Memguasai Statistik dengan SPSS17*. Jakarta: Gramedia.
- Saputro, Brian Dwi dan Sukirno. 2013. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer dan Kualitas Layanan terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking*. *Jurnal Nominal*. Vo. 3, No.1, hal. 36-63.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, Fitria Magdalena. 2014. Pengaruh Persepsi Keamanan *Web* Dan Kesesuaian *Lifestyle* Terhadap Minat Penggunaan *Internet Banking*: *Technology Acceptance Model* Yang Dimodifikasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*. Vol. 2, No. 2, hal. 1-19.
- Tjini, Sartika Sari Ayu dan Baridwan, Zaki. 2014. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem *Internet Banking*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*. Vol. 1, No. 2.
- Wahyuningsih, Ratna. 2016. *IPOT GO: Aplikasi Modern Untuk Kemudahan Investasi*. [https://www.cermati.com/artikel/IPOT\\_GO-aplikasi-modern-untuk-kemudahan-investasi](https://www.cermati.com/artikel/IPOT_GO-aplikasi-modern-untuk-kemudahan-investasi). (Diakses pada 2 November 2018).

- Yolanda, Arabella dan Widijoko, Grace. 2014. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, dan Norma Subjektif terhadap Minat Menggunakan *Electronic Commerce (E-commerce)*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*. Vol. 2, No. 2, hal. 1-25.
- Yutadi, Krisnu Putra dan Haris, Lutfi. 2015. Pengaruh Persepsi Privasi, Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan *E-Commerce*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*. Vol. 3, No. 1, hal. 1-25.