

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang didapatkan dan dari perumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang digunakan dan pembahasan yang telah dikemukakan, dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Daya tarik promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik di mahasiswa aktif prodi akuntansi Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
2. Persepsi kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik di mahasiswa aktif prodi akuntansi Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
3. Persepsi kemanfaatan berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik di mahasiswa aktif prodi akuntansi Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian, peneliti memberikan beberapa saran yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan Penerbit Uang Elektronik (*E-Money*)

Dalam penelitian ini variabel daya tarik promosi menjadi penghubung antara perusahaan penerbit uang elektronik dan pengguna. Dengan begitu

promosi yang digunakan harusnya lebih menarik, berisi tentang informasi-informasi dan mengandung unsur mengajak menggunakan uang elektronik. Hal ini harus dilakukan agar produk uang elektronik (*e-money*) lebih diminati mahasiswa maupun masyarakat.

Dari segi persepsi kemudahan sebaiknya perusahaan penerbit uang elektronik bisa bekerjasama dengan penerbit lainnya, dalam hal penggunaan uang elektronik. Membuat sebuah alat yang bisa digunakan berbagai uang elektronik. Hal ini perlu dilakukan untuk memberi kemudahan bagi pengguna uang elektronik dalam melakukan transaksi.

Sedangkan dari persepsi kemanfaatan, penerbit uang elektronik diharapkan semakin membuka akses uang elektronik ke berbagai sektor umum dan bekerjasama dengan berbagai pihak yang memungkinkan penggunaan uang elektronik, sehingga pengguna makin merasakan manfaat dan kemudahan dari uang elektronik (*e-money*).

2. Bagi peneliti

Dalam penelitian ini baru membahas tiga (3) variabel yaitu daya tarik promosi, persepsi kemudahan, dan persepsi kemanfaatan dalam melihat minat mahasiswa aktif prodi akuntansi Universitas Mercu Buana Yogyakarta dalam menggunakan uang elektronik (*e-money*). Bagi peneliti selanjutnya, jika mengambil tema yang sama sebaiknya menambah atau mengganti variabel yang lebih baik lagi dan memperluas lingkup objek penelitian.