

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis data yang telah dilakukan dengan menggunakan Teknik koefisien korelasi dan uji t dapat diketahui bahwa *brand personality* SHOPEE berpengaruh terhadap minat menggunakan fitur Shopee Pay Later pada generasi milenial Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi kesamaan antara *brand personality* dengan kepribadian konsumen maka semakin tinggi pula minat menggunakan fitur SPayLater pada generasi milenial Surabaya, begitu pun sebaliknya. Generasi milenial yang dimaksud adalah generasi milenial akhir yang berusia antara 20-30 tahun. Dari kelima sub-variabel dalam *brand personality* yang memiliki pengaruh paling tinggi adalah sub variable *ruggedness* (X5) dan *competence* (X3). Hal tersebut dikarenakan kedua sub variable tersebut sesuai dengan tujuan perusahaan dalam menggunakan merek untuk mencapai tujuannya, antara lain membedakan diri dengan competitor, memiliki daya Tarik untuk promosi, membina citra dengan kualitas dan manfaat, serta mendominasi dan mengendalikan pasar. Pengelolaan merek dalam fitur SPayLater yang baik dalam jangka Panjang akan menimbulkan *relationship equity* atau loyalitas konsumen terhadap merek tersebut.

## 5.2 Saran

Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan, antara lain:

1. Bagi pihak SHOPEE agar menambah inovasi-inovasi baru agar fitur SPayLater di SHOPEE memiliki ciri khas yang tidak dimiliki oleh pay later lainnya dan juga agar minat menggunakan konsumen semakin meningkat.
2. Bagi penelitian selanjutnya dapat diteliti pula mengenai pengaruh promo atau cashback terhadap *brand personality* fitur SPayLater maupun latar belakang yang menyebabkan konsumen fitur SPayLater memiliki niat menggunakan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan lebih banyak subyek penelitian yang tepat, sehingga hasil yang didapatkan akan semakin mendekati kondisi lapangan yang sesungguhnya.