

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan, Risiko, dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan dompet digital ShopeePay sebagai alat pembayaran di aplikasi Shopee dapat ditarik kesimpulan, bahwa:

1. Persepsi Kemanfaatan (X1), Persepsi Kemudahan (X2), Persepsi Risiko (X3), dan Fitur Layanan (X4) secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Menggunakan (Y) dompet digital ShopeePay sebagai alat pembayaran di aplikasi Shopee.
2. Persepsi Kemanfaatan (X1) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Menggunakan (Y) dompet digital ShopeePay sebagai alat pembayaran di aplikasi Shopee.
3. Persepsi Kemudahan (X2) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Menggunakan (Y) dompet digital ShopeePay sebagai alat pembayaran di aplikasi Shopee.
4. Persepsi Risiko (X3) secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap Minat Menggunakan (Y) dompet digital ShopeePay sebagai alat pembayaran di aplikasi Shopee.

5. Variabel Fitur Layanan (X4) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Menggunakan (Y) dompet digital ShopeePay sebagai alat pembayaran di aplikasi Shopee.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan, adapun saran yang dapat disampaikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan fitur layanan memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan. Oleh karena itu perusahaan harus konsisten untuk memperhatikan dan meningkatkan sistem dari segi manfaat yang bisa dirasakan dan diperoleh pengguna, misal memberikan diskon atau poin setiap melakukan transaksi. Yang kedua, perusahaan harus terus meningkatkan sistem dari segi kemudahan karena pengguna dompet digital sekarang tidak hanya didominasi oleh remaja yang melek akan teknologi, tetapi juga anak di bawah 17 tahun dan orang dewasa yang masih dalam proses adaptasi untuk menggunakan teknologi. Yang ketiga, Di era sekarang kejahatan *cyber* semakin marak, perusahaan harus memperhatikan sistem keamanan dan keandalan sistem agar keamanan data pengguna terjaga dengan aman. Yang terakhir, perusahaan harus menambah fungsi dasar dari layanan yang diberikan. Karena fitur menjadi salah satu alasan pengguna untuk memilih suatu

produk atau layanan, maka bagi pemasar fitur adalah alat kunci untuk mendefinisikan produk mereka dengan produk pesaing.

Perusahaan yang menaungi dompet digital sekarang semakin banyak. Jadi perusahaan harus menciptakan inovasi, keberlanjutan atau diferensiasi agar dapat bersaing lebih unggul dengan kompetitor.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Subjek penelitian penulis adalah masyarakat yang berdomisili di Surabaya dan sifatnya terbatas, harapannya untuk peneliti selanjutnya dapat memperluas jangkauan subjek karena dalam budaya kolektifis Indonesia lebih menghindari risiko daripada budaya individualistis yang lebih suka berpetualang, seperti yang ada di Amerika. Penelitian di masa depan diharapkan dapat membahas pengaruh budaya pada hasil penelitian serta variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi minat menggunakan ShopeePay.