

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilaksanakan tentang pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan promosi voucher cashback terhadap minat penggunaan dompet digital ShopeePay pada generasi Z di kota Surabaya, maka dapat diperoleh kesimpulan :

1. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital ShopeePay pada generasi Z di kota Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa apabila pengguna merasakan kemudahan dalam menggunakan dompet digital ShopeePay seperti mudah dipelajari, dikontrol, digunakan, fleksibel dan dapat dipahami maka akan mempengaruhi minat pengguna dompet digital ShopeePay pada generasi Z. Semakin mudah digunakannya ShopeePay maka minat pengguna ShopeePay akan semakin meningkat karena tidak memerlukan banyak usaha serta dapat bertransaksi secara praktis dan efisien.
2. Promosi Voucher Cashback berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital ShopeePay pada generasi Z di kota Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa voucher cashback yang diberikan oleh ShopeePay seperti besarnya jumlah cashback, kesesuaian dengan janji dan kecepatan dalam pengembalian dana akan mempengaruhi minat generasi Z dalam menggunakan ShopeePay. Semakin besarnya jumlah voucher cashback

yang diberikan maka minat terhadap penggunaan Shopeepay akan semakin meningkat karena pengguna akan merasa lebih hemat dan lebih untung sehingga menciptakan kenyamanan dan kesetiaan terhadap penggunaan Shopeepay.

## **5.2 Saran**

### **1. Bagi Perusahaan**

- a. Pada persepsi kemudahan terdapat indikator mudah dikontrol yang memiliki aspek rendah karena banyak pengguna yang masih kesulitan untuk memahami fitur – fitur di dalam dompet digital, oleh karena itu perusahaan diharapkan dapat memberikan bantuan berupa petunjuk atau penjelasan singkat yang mudah dipahami kepada para pengguna baru maupun pengguna lama Shopeepay dalam menggunakan dan memanfaatkan fitur – fitur Shopeepay.
- b. Pada Promosi Voucher cashback terdapat indikator kesesuaian dengan janji yang memiliki aspek rendah karena jumlah cashback yang ditawarkan oleh perusahaan shopee tidak besar dan tidak menarik sehingga pengguna tidak merasa tertarik dengan promo cashback yang diberikan, oleh karena itu diharapkan perusahaan meningkatkan penawaran cashback dengan memberikan promosi yang dikemas menjadi lebih baik dan menarik untuk meningkatkan minat pengguna Shopeepay.

c. Pada minat pengguna Shopeepay dapat dilihat sudah sangat baik namun pada indikator kecerendungan seseorang untuk menggunakan dalam berbagai jenis transaksi memiliki aspek yang rendah karena beberapa pengguna merasa bahwa menggunakan dompet digital Shopeepay tidak mempermudah proses pembayaran saat berbelanja online maupun offline, oleh karena itu perusahaan diharapkan dapat meningkatkan teknologi dengan menambah fitur yang dapat digunakan oleh pengguna ketika berbelanja secara online maupun offline serta menambah berbagai bentuk pembayaran sehingga dapat bertransaksi dimana dan kapan saja.

## 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek dan memperbanyak responden sehingga penelitian akan mendapatkan ruang lingkup yang lebih luas.
- b. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel – variabel bebas lain yang belum ada di penelitian ini untuk mengetahui pengaruh lain terhadap minat penggunaan serta penelitian dapat lebih detail dan informatif.