

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Daya Tarik Iklan terhadap Minat Penggunaan ShopeePay pada mahasiswa Akuntansi UPN "Veteran" Jawa Timur, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap Minat Penggunaan ShopeePay. Mahasiswa yang memiliki persepsi kemudahan yang tinggi terhadap penggunaan ShopeePay menunjukkan minat yang lebih besar untuk menggunakan layanan tersebut. Data menunjukkan bahwa responden secara umum merasa bahwa ShopeePay mudah diakses, mudah dipahami, dan efisien dalam penggunaannya. Indikator kemudahan navigasi dan kelancaran transaksi menjadi yang paling dominan, menguatkan bahwa kemudahan operasional berkontribusi positif terhadap peningkatan minat penggunaan ShopeePay.
2. Kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap Minat Penggunaan ShopeePay. Mahasiswa yang memiliki kepercayaan terhadap ShopeePay cenderung lebih yakin dan konsisten dalam memanfaatkannya sebagai alat transaksi digital. Secara keseluruhan, responden menunjukkan kepercayaan yang cukup tinggi terhadap keamanan, keandalan sistem, serta integritas ShopeePay sebagai platform fintech. Kemampuan ShopeePay dalam

menjaga keamanan data dan transaksi menjadi aspek yang paling menonjol, menegaskan bahwa tingkat kepercayaan yang baik akan memperkuat minat untuk terus menggunakan layanan tersebut.

3. Daya Tarik Iklan juga berpengaruh signifikan positif terhadap Minat Penggunaan ShopeePay. Mahasiswa yang merespons positif terhadap daya tarik iklan ShopeePay cenderung memiliki minat yang lebih tinggi dalam menggunakan layanan ini. Responden secara umum memperlihatkan ketertarikan yang kuat terhadap elemen-elemen promosi seperti cashback, diskon, serta desain visual yang menarik dalam iklan ShopeePay. Daya tarik promosi menjadi faktor yang paling dominan, menegaskan bahwa iklan yang efektif dan persuasif secara signifikan mampu memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih ShopeePay sebagai alat pembayaran.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan hasil penelitian tersebut, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk penelitian berikutnya, disarankan agar menambahkan variabel tambahan seperti pengalaman pengguna dan faktor sosial yang juga dapat memengaruhi minat penggunaan layanan keuangan digital seperti ShopeePay.
2. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas cakupan populasi, tidak hanya terbatas pada mahasiswa Akuntansi UPN "Veteran" Jawa Timur,

tetapi juga mahasiswa dari fakultas atau universitas lain agar hasil penelitian bersifat lebih umum dan dapat menjadi acuan dalam penelitian.

5.3 Keterbatasan

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan, adapun keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Penelitian hanya dilakukan pada mahasiswa akuntansi angkatan 2021 di UPN “Veteran” Jawa Timur, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan secara luas untuk seluruh mahasiswa ataupun masyarakat umum.
2. Teknik pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan Google Form, yang dapat memengaruhi ketelitian dalam pengisian kuesioner oleh responden.