

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Sesuai hasil dari pengujian terkait “Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Use*, *Perceived Trust* dan *Key Opinion Leader* terhadap *Intention to Use* Aplikasi Dompot Digital SpeedCash di Surabaya” dengann ditunjang oleh sejumlah teori yang telah dibahas, bisa diberikan kesimpulan berupa :

1. Secara simultan, variabel *Perceived Ease of Use* (X1), *Perceived Use*, *Perceived Trust* (X2) dan *Key Opinion Leader* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use* (Y) aplikasi dompet digital SpeedCash di Surabaya.
2. Variabel *Perceived Ease of Use* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use* (Y) aplikasi dompet digital SpeedCash di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah aplikasi SpeedCash dipelajari, dipahami dan digunakan, maka semakin tinggi pula minat pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut.
3. Variabel *Perceived Trust* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use* (Y) aplikasi dompet digital SpeedCash di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan pengguna terhadap keamanan, keandalan dan reputasi SpeedCash maka semakin besar pula minat pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut.

4. Variabel *Key Opinion Leader* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use* (Y) aplikasi dompet digital SpeedCash di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik peran KOL dalam memperkenalkan, menjelaskan, dan membangun persepsi positif terhadap SpeedCash, maka semakin tinggi pula minat pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut.

5.2 Saran

Sesuai hasil kesimpulan yang peneliti jabarkan, berikut sejumlah saran yang disajikan :

1. Untuk Perusahaan

Bagi SpeedCash, perusahaan disarankan untuk terus meningkatkan kepercayaan pengguna melalui keamanan transaksi, perlindungan data pribadi, legalitas layanan, serta keandalan sistem aplikasi. Selain itu, SpeedCash juga perlu mempertahankan kemudahan penggunaan aplikasi agar pengguna merasa nyaman saat melakukan transaksi digital. Strategi pemasaran melalui *Key Opinion Leader* juga perlu dioptimalkan dengan memilih KOL yang kredibel, relevan dengan target pasar, dan mampu menjelaskan manfaat SpeedCash secara jelas.

2. Untuk Peneliti Mendatang

Bagi peneliti mendatang, disarankan agar memperluas penelitian dengan menambahkan variabel lain yang dianggap dapat memengaruhi *Intention to Use*, seperti *perceived usefulness*, promosi, kualitas layanan, citra merek, pengalaman pengguna, atau kepuasan pengguna. Penambahan variabel tersebut dapat memberikan pemahaman yang

lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan aplikasi dompet digital. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat memperluas cakupan wilayah penelitian di luar Surabaya atau menggunakan objek dompet digital lain sebagai perbandingan. Penggunaan metode penelitian yang berbeda, seperti pendekatan kualitatif atau metode campuran, juga dapat dilakukan agar hasil penelitian menjadi lebih mendalam dan komprehensif.