

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan hasil penelitian variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan ShopeePay di Kota Bekasi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh pengguna ShopeePay, maka semakin besar pula minat untuk menggunakannya.
2. Berdasarkan hasil penelitian variabel Persepsi Risiko secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan ShopeePay di Kota Bekasi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin rendah persepsi risiko pengguna ShopeePay mengakibatkan minat menggunakan akan meningkat.
3. Berdasarkan hasil penelitian variabel Fitur Layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan ShopeePay di Kota Bekasi. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas fitur layanan ShopeePay semakin baik maka semakin tinggi minat menggunakan. Fitur layanan digunakan untuk menambah ketertarikan konsumen dan menyempurnakan fungsi dalam ShopeePay.

4. Berdasarkan hasil penelitian variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1), Persepsi Risiko (X_2), dan Fitur Layanan (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat Menggunakan (Y)
5. Berdasarkan hasil penelitian, hasil analisis koefisien determinasi yang telah dilakukan menunjukkan nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh sebesar 0,580 atau 58 % artinya bahwa pengaruh variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan fitur layanan secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel minat menggunakan adalah sebesar 58%. Sisanya sebesar 42% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki berbagai keterbatasan penelitian, sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya membahas 3 faktor yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan fitur layanan yang mempengaruhi minat menggunakan ShopeePay. Variabel dalam penelitian ini menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,580 yang berarti variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat adalah 58 %, sedangkan 42% dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian ini. Sehingga memungkinkan adanya faktor-faktor lain di luar penelitian ini yang memiliki kemungkinan mempengaruhi minat menggunakan ShopeePay.
2. Populasi yang terdapat pada penelitian ini hanya sebatas pada masyarakat Kota Bekasi dan sampel dalam penelitian ini berkategori ukuran sampel kecil

yang berjumlah 112 orang saja, diharapkan pada peneliti dapat menggunakan populasi dan sampel yang lebih luas.

3. Penyebaran kuesioner yang dilakukan belum merata sehingga mayoritas responden adalah mahasiswa.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa saran :

1. Bagi Perusahaan
 - a. Untuk persepsi kemudahan penggunaan dalam hasil kuesioner pada pernyataan no 4 “saya merasa dompet digital ShopeePay mudah untuk dioperasikan” nilainya lebih kecil dibanding pernyataan yang lain. Menurut saran penulis diharapkan bagi perusahaan mampu untuk mengadakan edukasi mengenai layanan ShopeePay terkait kemudahan penggunaan serta lebih memperhatikan tampilan produk agar lebih ringkas dan mudah untuk dioperasikan.
 - b. Untuk persepsi risiko dalam kuesioner pada pernyataan no 1 “saya khawatir apabila ShopeePay yang saya gunakan tidak dapat difungsikan dengan baik” nilainya lebih kecil dibanding pernyataan yang lain. Menurut saran penulis diharapkan bagi perusahaan untuk meningkatkan sistem keamanan layanan ShopeePay. Sehingga pengguna tidak perlu merasa khawatir dengan risiko yang ada dan merasa aman dalam menggunakan layanan ShopeePay serta akan terus memiliki keinginan untuk menggunakan aplikasi tersebut.

- c. Untuk fitur layanan dalam kuesioner pada pernyataan no 6 “ saya merasa ShopeePay memiliki banyak manfaat dan menjadi alasan konsumen untuk menggunakannya dikarenakan kelengkapan fitur yang beragam” nilainya lebih kecil dibanding pernyataan yang lain. Menurut saran penulis diharapkan bagi perusahaan untuk meningkatkan fitur layanan agar lebih mudah digunakan dan lebih menarik konsumen. Mengingat banyak pesaing yang menawarkan layanan serupa dengan ShopeePay.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Penelitian yang akan datang diharapkan bisa menambah variabel selain persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan fitur layanan yang dapat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan ShopeePay.
 - b. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menyebarkan kuesioner lebih luas agar sampel tidak hanya di dominasi oleh mahasiswa sehingga variasi karakteristik responden lebih luas.
 - c. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan merek dari dompet digital dan lokasi yang berbeda.