

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh promosi dan kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan ulang ShopeePay pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah dibahas di bab sebelumnya dapat di Tarik kesimpulan:

1. Promosi secara Parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan Ulang ShopeePay pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Kemudahan Penggunaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan Ulang ShopeePay pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Promosi dan Kemudahan Penggunaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan Ulang ShopeePay pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Variabel yang lebih dominan berpengaruh Minat Penggunaan Ulang ShopeePay adalah variabel Kemudahan Penggunaan hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi kemudahan penggunaan yang lebih besar di bandingkan dengan koefisien regresi promosi.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Keterbatasan Jumlah sampel yang hanya 100 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Keterbatasan jumlah variabel yang hanya menggunakan 2 variabel bebas sementara masih banyak variabel lain. Sehingga perlu di kembangkan penelitian lebih lanjut untuk meneliti variabel yang belum di teliti dalam penelitian ini.
3. Keterbatasan subjek penelitian yang hanya pada lingkup Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Adanya kemampuan responden yang kurang dalam memahami pernyataan pada kuesioner dan juga kejujuran dalam mengisi kuesioner sehingga ada kemungkinan membuat hasilnya kurang akurat.

## **5.3 Saran**

Berdasarkan hasil pada penelitian dan pembahasan serta kesimpulan diatas tentang Promosi dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Ulang pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya maka ada beberapa saran yang peneliti ajukan yaitu :

1. Bagi perusahaan ShopeePay Indonesia  
ShopeePay yang merupakan inovasi teknologi baru yang dikembangkan PT AirPay International Indonesia pada kegiatan bisnisnya telah terbukti

diterima oleh konsumen. Maka Shopee harus mampu mempertahankan faktor yang mempengaruhinya yakni, Promosi dan Kemudahan Penggunaan. Dengan kata lain, PT AirPay International Indonesia harus mampu memastikan, dalam perkembangannya, agar dapat tetap diterima sebagai sebuah inovasi teknologi yang membantu konsumen dalam melakukan transaksi di ShopeePay

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Dalam penelitian selanjutnya disarankan untuk mengambil sampel yang lebih banyak. Sehingga dapat memperoleh data yang lebih akurat dalam penelitiannya.
- b. Melakukan penelitian yang berkelanjutan, sehingga dapat melihat dan menilai setiap perubahan perilaku responden dari waktu ke waktu.
- c. Di harapkan bagi peneliti selanjutnya agar menambah variabel lain, dikarenakan model ini hanya mendukung penelitian sebesar seperti Keamanan, resiko penggunaan, kebermanfaatan dan Kepuasan Pelanggan atau yang lainnya karena masih banyak faktor yang dapat mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang.