

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh promosi dan kemudahan penggunaan Gopay terhadap keputusan penggunaan pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah dibahas di bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan:

1. Promosi yang dilakukan Gopay masih kurang, terutama pada media sosial (seperti: Instagram, facebook, dan televisi) dan kurangnya daya Tarik masyarakat pada iklan yang disajikan oleh Gopay. Dan tidak sering menampilkan atau memperkenalkan produknya.
2. Kemudahan penggunaan yang diberikan oleh Gopay masih dianggap kurang mudah oleh konsumen serta informasi yang diberikan terlalu bertele-tele (tidak mudah dicerna).
3. Keputusan penggunaan dengan adanya Gopay ini, konsumen diharapkan untuk beralih pada sistem pembayaran *cashless*, akan tetapi masih banyak konsumen yang menjadikan cash tunai sebagai opsi pertamanya.

5.2 Implikasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa melakukan keputusan penggunaan pada suatu alat pembayaran *cashless* harus mempertimbangkan beberapa factor diantaranya promosi dan kemudahan penggunaan alat pembayaran tersebut.

Hal tersebut dilatar belakangi karena mahasiswa lebih memilih keefektifan waktu dalam melakukan pembayaran. Hal ini menjadikan perusahaan untuk terus melakukan inovasi guna meningkatkan daya Tarik konsumen.

Penelitian ini juga dapat diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengetahui factor-faktor apa saja harus lebih diperhatikan.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan kepada pembaca adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat dilakukan Kembali dengan menggunakan variabel lain yang meungkinkan dapat mendukung variable terikat keputusan penggunaan antara lain: *Brand image*, *Brand trust*, dan *word of mouth*.
2. Untuk penyedia layana *e-wallet*,meningkatkan inovasi dan menambah fitur atau menu yang lebih multiguna,serta meningkatkan perlindungan terhadap data pengguna *e-wallet* untuk menghindari resiko yang tidak diharapkan.

