BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat di Kota Bekasi dalam memutuskan untuk menggunakan Gopay yang terdiri dari variabel Gaya Hidup Hedonis dan daya Tarik Promosi serta terdapat variabel *Brand Image* sebagai variabel *Intervening.* Dimana analisis pada penelitian ini menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0. penelitan ini dilakukan pada masyarakat Kota Bekasi dengan jumlah responden sebanyak 150 responden. Hasil penelitian ini menunjukan:

1. Gaya Hidup Hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Brand Image Gopay di Kota Bekasi
2. Daya Tarik Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat pengguna Gopay di Kota Bekasi.
3. Gaya Hidup Hedonis tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat pengguna Gopay di Kota Bekasi.
4. Daya Tarik Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat pengguna Gopay di Kota Bekasi.
5. Brand Image berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat penggun a Gopay di Kota Bekasi
6. Brand Image mampu memediasi Gaya Hidup Hedonis terhadap Minat pengguna secara signifikan
7. Brand Image mampu memediasi Daya Tarik promosi terhadap Minat pengguna secara signifikan

5.2 Implikasi Manajerial

Penelitian ini memiliki keterbatasan dan kekurangan, maka para meneliti yang akan datang disarankan hal-hal sebagai berikut:

Implikasi manajeral dibuat berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Minat Pengguna Gopay pada Generasi Z di Kota Bekasi. Pada hasil penelitian ini, peneliti memberikan saran untuk meningkatkan Minat Pengguna pada Gopay

yang dapat memberikan ide-ide dalam mempromosikan Gopay. Ide tersebut dapat berupa voucher voucher yang ada pada Gopay. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian, khususnya kepada minat pengguna Gopay untuk menggunakan aplikasi ini untuk pembayaran digital. Namun, untuk melihat banyaknya faktor yang mempengaruhi diluar variabel perusahaan diharapkan lebih memaksimalkan Gopay dalam promosinya untuk menarik memakai Gopay agar diminati oleh semua Generasi Z yang Gaya Hidupnya terbilang Hedonis.

Selain itu peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan beberapa variabel lain yang dapat meningkatkan Minat pengguna, baik itu variabel dari segi Kualitas atau Persepsi Kemudahan dan lain lain yang dapat dijadikan sebagai variabel bebas dalam mempengaruhi Minat Pengguna.