

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian mengenai Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Metode Pembayaran *Cash on Delivery (COD) E-Commerce* Pada Generasi Milenial di Kota Bekasi Responden pada penelitian ini berjumlah 131 Responden, kemudian telah dianalisa maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan Penggunaan metode pembayaran *Cash on Delivery (COD) E-Commerce*
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh negatif terhadap Keputusan Penggunaan metode pembayaran *Cash on Delivery (COD) E-Commerce*
3. Kemudahan Penggunaan berpengaruh negatif terhadap Keputusan Penggunaan metode pembayaran *Cash on Delivery (COD) E-Commerce*
4. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Keputusan Penggunaan metode pembayaran *Cash on Delivery (COD) E-Commerce*

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian dan pembahasan tentang Promosi, Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan metode pembayaran *Cash on Delivery (COD) E-Commerce* pada Generasi Milenial di Kota Bekasi.

Promosi memainkan peran penting dalam meningkatkan pembelian impulsif. Melalui kegiatan promosi belanja gratis ongkos kirim dan ongkos kirim untuk pelanggan baru yang diluncurkan oleh e-commerce, dilakukan upaya untuk menarik konsumen, menyesuaikan kegiatan promosi yang disukai konsumen, dan membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian impulsif. Semakin suatu promosi dapat menarik perhatian konsumen, maka semakin tinggi pula dorongan konsumen untuk

membeli. Kualitas Layanan Oleh karena itu, perusahaan dan manajemen harus terus meningkatkan kualitas dan menyediakan fasilitas yang memadai dan layanan yang lebih baik. Menjadikan pelanggan tetap menggunakan cash on delivery sebagai pilihan saat melakukan transaksi melalui cash on delivery, dan pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan pihak e-commerce. Jadi metode pembayaran cash on delivery akan terus unggul dan meningkat dibandingkan metode pembayaran lainnya. Tentukan kemudahan penggunaan metode pembayaran cash on delivery. Hal ini menunjukkan bahwa kenyamanan yang dirasakan konsumen saat menggunakan metode pembayaran COD dapat dilihat melalui tampilan yang sangat mudah dipelajari dan dipahami yang dapat dilihat pada aplikasi e-commerce. Selain itu, sistem operasinya tidak menyulitkan pengguna, sehingga konsumen dapat dengan mudah mengoperasikannya tanpa susah payah. Kepercayaan memiliki dampak pada keputusan untuk menggunakan penerimaan. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian, yang menunjukkan pengaruh yang sangat kuat dari orientasi hubungan positif dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merupakan salah satu alasan keputusan penggunaan ketika cash on delivery digunakan dalam e-commerce. Jika pengguna metode cash on delivery lebih percaya diri dengan metode pembayaran.

5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya berfokus terhadap generasi milenial yang berada di Kota Bekasi dan sudah menggunakan metode pembayaran *cash on delivery* platform *e-commerce* selama kurang lebih 1 tahun penggunaan. Penelitian ini hanya berfokus pada empat variabel promosi, kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan, kepercayaan. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel independen lainnya yang dapat menjelaskan tentang pengaruh terhadap keputusan penggunaan. Selain hal itu juga untuk mencari tahu lebih dalam lagi mengenai fenomena yang terjadi pada penggunaan metode pembayaran platform *e-commerce* yang semakin tahun akan berkembang.