

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Sesuai dengan hasil analisis data yang telah dilakukan dengan alat analisis *SmartPLS 3.0* mengenai analisis *brand switching* pengguna *e-wallet* GoPay, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan bahwa variabel mencari variasi tidak berpengaruh signifikan terhadap *brand switching*, hal ini kemungkinan dikarenakan kalangan millennial sudah merasa nyaman dan puas terhadap layanan yang tersedia pada *GoPay* sehingga mereka tidak lagi ingin mencari variasi *e-wallet* sejenis untuk dijadikan sebagai alternatif pembayaran. Kemungkinan selanjutnya adalah kalangan millennial tidak merasa tertarik dengan *e-wallet* yang sejenis mungkin dikarenakan faktor keamanan, kemudahan, ataupun kepraktisan.

Selanjutnya, pada variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap *brand switching*. Promosi *GoPay* seperti dengan melakukan *cashback*, *voucher*, ataupun *discount* dapat menarik minat masyarakat untuk melakukan perpindahan merek dari *e-wallet* merek lain ke *GoPay*, selain itu promosi berupa iklan di hampir semua media sosial yang sangat memudahkan masyarakat untuk mengetahui informasi terbaru seputar layanan *GoPay*. Jelas hal ini berdampak baik bagi *GoPay* karena berpindahannya konsumen dari *e-wallet* ke *GoPay* sehingga dapat meningkatkan jumlah pengguna *GoPay*.

Lalu, pada variabel ketidakpuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap *brand switching*. Ketidakpuasan konsumen membuat konsumen melakukan perpindahan merek dari *e-wallet* merek yang lain ke *GoPay*, hal tersebut dapat dilihat dari keamanan yang dirasakan konsumen pada *e-wallet* merek yang lain seperti hilangnya saldo, gagalnya transaksi dan juga masih sering terjadinya *error* yang terjadi pada *e-wallet* merek lain. Hal ini jelas berdampak baik bagi *GoPay* karena masyarakat lebih memilih untuk menggunakan *GoPay* sebagai alat pembayaran yang lebih aman dan terpercaya.

V.2 Saran

Berangkat dari hasil penelitian ini, peneliti juga memberikan beberapa saran yang bertujuan sebagai evaluasi baik untuk perusahaan maupun peneliti selanjutnya, saran tersebut diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

- a. Penulis sarankan kepada perusahaan GoJek untuk memaksimalkan performa aplikasi, fitur-fitur layanan *GoPay* yang perlu inovasi agar reputasi *GoPay* tidak kalah saing dengan *e-wallet* merek yang lain, mengingat jumlah *e-wallet* setiap tahunnya bertambah.
- b. GoJek sebaiknya lebih meningkatkan kemudahan akses penggunaan *GoPay* untuk dapat dijadikan sebagai opsi pembayaran digital tidak hanya di aplikasi GoJek saja, namun bekerja sama dengan banyak perusahaan *e-commerce* untuk menjadikan *GoPay* sebagai pilihan metode pembayaran.
- c. Selalu menjaga konsistensi pemberian promosi berupa *cashback*, *discount*, ataupun *voucher* karena hal ini menjadi daya tarik utama masyarakat menggunakan layanan *GoPay*. Sehingga dengan selalu adanya promosi tersebut membuat masyarakat menjadikan *GoPay* sebagai *e-wallet* yang mereka suka.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penulis menyarankan untuk menggunakan variabel yang lebih bervariasi dan terbaru, agar topik seputar *brand switching* pun dapat berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Apabila peneliti selanjutnya menggunakan variabel yang juga sama dengan penelitian ini, sebaiknya peneliti harus lebih memperhatikan indikator pada setiap variabel dengan menyesuaikan dengan objek penelitian.