

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis menggunakan Smart PLS 3.3.3 terdapat hasil yang mempengaruhi minat penggunaan ulang pada dompet digital ShopeePay dengan variabel bebas nya yakni persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan promosi penjualan. Maka kesimpulannya

1. Variabel persepsi manfaat memiliki tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan ulang pada dompet digital ShopeePay. Karena dompet digital ShopeePay masih terbilang baru, maka para pengguna belum merasakan manfaat dari penggunaan ShopeePay ini secara maksimal dan kurang maksimal nya manfaat dompet digital dalam meningkatkan kinerja individu pada masa pandemic Covid-19, maka dari itu kurang nya minat penggunaan ulang dompet digital ShopeePay. Kondisi ini tidak sesuai dengan hipotesis penelitian yang dimana persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang dompet digital ShopeePay di masa pandemi Covid-19, sehingga H1 ditolak.
2. Variabel persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap minat penggunaan ulang dompet digital ShopeePay. Kondisi ini menerangkan bahwa persepsi kemudahan yang ditawarkan oleh ShopeePay dapat mempengaruhi pengguna untuk melakukan minat penggunaan ulang. Ketika suatu teknologi khusus nya dompet digital mudah dimengerti maka konsumen akan tertarik menggunakan kembali teknologi ataupun dompet digital tersebut. Kondisi ini sejalan dengan hipotesis penelitian yang dimana persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang pada dompet digital ShopeePay di masa pandemi Covid-19, sehingga H2 diterima.
3. Variabel promosi penjualan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap minat penggunaan ulang dompet digital ShopeePay. Kondisi ini menerangkan bahwa promosi penjualan yang ditawarkan oleh ShopeePay

dapat mempengaruhi pengguna untuk melakukan minat penggunaan ulang. Ketika dompet digital ShopeePay memberikan promosi penjualan berbentuk pengembalian dana, para konsumen dominan tertarik untuk berminat menggunakan ulang. Kondisi ini sejalan dengan hipotesis penelitian yang dimana promosi penjualan berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang pada dompet digital ShopeePay di masa pandemi Covid-19, sehingga H3 diterima.

V.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah disampaikan di atas, berikut dibawah ini beberapa saran dari peneliti

1. Teruntuk perusahaan terkait atau perusahaan sejenis lainnya bisa mengangkat penelitian ini sebagai bahan acuan dalam melakukan peningkatan terhadap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan ulang pada dompet digital ShopeePay, maka dari itu perusahaan bisa memaksimalkan keuntungan yang diperoleh dan dapat meningkatkan strategi yang cocok di masa pandemic Covid-19 yang sedang melanda. Terkait dengan variabel persepsi manfaat, perusahaan juga harus memperhatikan dan meningkatkan dari segi manfaat yang akan diperoleh bagi pengguna, apabila manfaat sudah dirasakan oleh pengguna dari penggunaan produk atau jasa suatu perusahaan maka perusahaan tersebut telah berhasil. Yang kedua, variabel persepsi kemudahan di saat pandemic Covid-19 memang dibutuhkan hal-hal yang memberikan kemudahan dibenak pengguna karena harus meminimalisir untuk keluar rumah, pada penelitian ini variabel persepsi kemudahan memiliki arah hubungan yang positif berdasarkan uji koefisien jalur. Lalu variabel promosi penjualan yang dimana pada penelitian ini variabel promosi penjualan memiliki arah hubungan yang positif berdasarkan uji koefisien jalur, maka perusahaan juga harus menyusun strategi perihal mempromosikan penjualan nya. Di saat pandemic Covid-19, konsumen atau pengguna membutuhkan harga-harga yang sesuai dengan keadaan ekonominya dan produk yang memiliki potongan harga. Sehingga perusahaan dapat memaksimalkan kekuatan tersebut untuk meningkatkan keuntungan dan pertumbuhan perusahaan.

2. Teruntuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dan mengkaji tentang hal serupa yang dilakukan oleh peneliti, disarankan untuk dapat melakukan penambahan variabel selain variabel dalam penelitian ini, sehingga dapat mengetahui hal lain yang dapat mempengaruhi variabel minat penggunaan ulang. Dan juga diharapkan untuk peneliti selanjutnya dilakukan di wilayah lain, sehingga dapat mewakili wilayah lain.