

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah didapat dengan olah data menggunakan SmartPLS mengenai persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap minat penggunaan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Variabel persepsi kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Hal ini dapat diartikan bahwa masyarakat JABODETABEK memiliki persepsi ShopeePay mudah dalam penggunaannya, sehingga masyarakat berminat untuk menggunakannya.

Variabel persepsi manfaat mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Ini dapat diartikan bahwa masyarakat JABODETABEK memiliki persepsi ShopeePay bermanfaat, sehingga masyarakat berminat untuk menggunakannya. Pada penelitian ini variabel persepsi kemudahan penggunaan memperoleh pengaruh yang lebih besar dibandingkan variabel persepsi manfaat.

V.2 SARAN

Berdasar pada simpulan dan hasil yang telah dijabarkan, maka peneliti memberi saran sebagai berikut:

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi perusahaan mengenai strategi pemasaran, seperti lebih memperhatikan lagi pada *marketing mix*. Hal ini disarankan agar perusahaan dapat meningkatkan nilai persepsi manfaat ShopeePay serta dapat terus mempertahankan nilai persepsi kemudahan penggunaan

Sulfina, 2021
**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT
UNTUK MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK (Shopeepay)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Program Sarjana

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id]

ShopeePay, sehingga semakin banyak masyarakat yang memiliki minat untuk menggunakan uang elektronik ShopeePay.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya, diharapkan variabel dan objek yang akan digunakan adalah berbeda agar dapat mengetahui faktor lain yang dapat memengaruhi minat penggunaan.