

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.I Simpulan

Berikut adalah kesimpulan yang didapatkan dari analisis dan pembahasan terhadap minat beli penggunaan *E-Wallet* LinkAja di wilayah DKI Jakarta:

- a. Berdasarkan hasil penelitian ini dinyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan pada minat penggunaan *E-wallet* LinkAja di wilayah DKI Jakarta. Di mana dapat diartikan bahwa perubahan pada tingkat persepsi kemudahan akan mempengaruhi tingkat minat penggunaan. Seluruh indikator pada variabel persepsi kemudahan yang berjumlah 8 indikator semuanya memberikan pengaruh, sedangkan pada indikator PK3 memberikan kontribusi yang besar dalam membangun variabel persepsi kemudahan yaitu masyarakat tertarik menggunakan LinkAja karena mempunyai persepsi bahwa sistem dan tampilan aplikasi LinkAja jelas dan mudah di mengerti. Serta indikator seperti penggunaan suatu sistem cukup fleksibel atau ringkas, dan mudah untuk menggunakan sistem juga dapat memicu minat penggunaan *E-wallet* LinkAja di wilayah DKI Jakarta. Sehingga hasil untuk variabel persepsi kemudahan selaras dengan hipotesis, yaitu persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *E-wallet* LinkAja.
- b. Persepsi manfaat memiliki pengaruh yang signifikan pada minat penggunaan *E-wallet* LinkAja di wilayah DKI Jakarta. Di mana dapat diartikan bahwa perubahan pada tingkat persepsi manfaat akan mempengaruhi tingkat minat penggunaan. Seluruh indikator pada variabel persepsi manfaat yang berjumlah 10 indikator semuanya memberikan pengaruh, sedangkan pada indikator PM3 memberikan kontribusi yang besar dalam membangun persepsi manfaat yaitu karena mempunyai persepsi bahwa aplikasi LinkAja lebih sederhana sehingga akan meningkatkan kinerja mereka dalam melakukan transaksi digital. Serta

indikator seperti pekerjaan dapat dikerjakan secara cepat berkat layanan, dapat meningkatkan efektivitas, dapat memudahkan pelaksanaan tugas, dan dapat bermanfaat dalam pekerjaan juga dapat memicu minat penggunaan *E-wallet* LinkAja di wilayah DKI Jakarta. Sehingga hasil untuk variabel persepsi manfaat selaras dengan hipotesis, yaitu persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan *E-wallet* LinkAja.

- c. Promosi penjualan berpengaruh signifikan pada minat penggunaan *E-wallet* LinkAja di wilayah DKI Jakarta. Di mana dapat diartikan bahwa perubahan pada tingkat promosi penjualan akan mempengaruhi tingkat minat penggunaan. Seluruh indikator pada variabel promosi penjualan yang berjumlah 10 indikator semuanya memberikan pengaruh, sedangkan pada indikator PP1 memberikan kontribusi yang besar dalam membangun promosi penjualan yaitu masyarakat tertarik menggunakan layanan LinkAja karena LinkAja memberikan biaya admin Rp 0 untuk pengajuan pinjaman yang dilakukan di aplikasi LinkAja. Serta indikator seperti potongan harga, undian atau kontes, pemberian kupon, dan pengembalian uang juga dapat memicu minat penggunaan *E-wallet* LinkAja di wilayah DKI Jakarta. Sehingga hasil untuk variabel promosi penjualan selaras dengan hipotesis, yaitu promosi penjualan berpengaruh terhadap minat penggunaan *E-wallet* LinkAja. Dikarenakan.

V.II Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

- a. Pihak LinkAja diharapkan dapat meningkatkan persepsi kemudahan terkait layanan LinkAja terutama kemudahan dalam pengoperasian sistem pembelian dan pembayaran, hal ini bisa dilakukan dengan memprioritaskan perbaikan sistem layanan agar lebih menonjolkan kemudahan yang akan masyarakat dapatkan jika menggunakan sistem untuk transaksi mereka. Berdasarkan hasil penelitian, persepsi kemudahan perlu menjadi prioritas utama yang difokuskan oleh LinkAja agar dapat menciptakan minat penggunaan LinkAja di masyarakat.

- b. Pihak LinkAja sebaiknya terus meningkatkan promosi penjualan yang ditawarkan kepada konsumen seperti melalui promosi potongan harga untuk setiap transaksi yang dilakukan dan dengan mengadakan undian atau kontes untuk menarik minat. Karena masyarakat akan lebih tertarik menggunakan *E-Wallet* LinkAja apabila mereka mendapat keuntungan ketika menggunakan suatu layanan. Berdasarkan hasil penelitian, promosi penjualan menjadi prioritas kedua yang perlu difokuskan oleh LinkAja sebagai upaya untuk mengenalkan LinkAja kepada masyarakat agar layanan dapat lebih dikenal secara luas dan nantinya diharapkan dapat menciptakan minat penggunaan.
- c. Pihak LinkAja sebaiknya terus mempertahankan dan meningkatkan persepsi manfaat terkait layanan LinkAja terutama manfaat yang akan dirasakan masyarakat jika menggunakan *E-Wallet* LinkAja bagi pekerjaan atau kegiatan mereka sehari-hari dalam melakukan transaksi digital. Karena masyarakat akan merasa berminat menggunakan LinkAja hanya jika LinkAja dapat memberikan mereka manfaat seperti transaksi dapat dikerjakan secara cepat, dapat meningkatkan kinerja dan produktivitas mereka, dapat meningkatkan efektivitas, dapat memudahkan pelaksanaan transaksi, dan dapat bermanfaat dalam kegiatan transaksi sehari-hari. Dengan mempertahankan dan meningkatkan persepsi manfaat diharapkan dapat menciptakan minat penggunaan di masyarakat.
- d. Pada penelitian berikutnya diharapkan menggunakan ataupun menambahkan variabel-variabel lain pada variabel bebas yang tidak digunakan dalam penelitian ini seperti persepsi keamanan, kualitas layanan persepsi kepercayaan, dan lainnya untuk mengetahui apakah terdapat suatu hubungan atau pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap minat penggunaan. Dan diharapkan peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan wilayah penelitian guna mengetahui lebih lanjut pengaruh minat penggunaan secara lebih mendalam.