

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya dalam penelitian ini, ditemukan hasil pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, dan promosi terhadap keputusan penggunaan ShopeePay di wilayah DKI Jakarta. Kesimpulan ini dihasilkan melalui proses pengujian menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.0.9.6, sehingga dapat disimpulkan sebagai berikut.

Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Hasil ini membuktikan bahwa proses aktivasi dan verifikasi yang mudah, tampilan yang mudah dipahami, fitur-fitur yang sederhana untuk digunakan dan mudah digunakan sehingga meningkatkan fleksibilitas pembayaran serta menghilangkan kebutuhan membawa uang tunai mampu memengaruhi keputusan penggunaan ShopeePay di DKI Jakarta. Hal ini berarti bahwa keputusan penggunaan ShopeePay di DKI Jakarta dipengaruhi oleh sejauh mana sistem tersebut mudah dipelajari, dipahami, dan digunakan oleh pengguna. Fleksibilitas tambahan dalam fitur juga dapat menjadi pertimbangan penting bagi pengguna ketika memilih untuk menggunakan ShopeePay. Dengan demikian, semakin baik persepsi kemudahan penggunaan penggunanya maka dapat meningkatkan keputusan penggunaan ShopeePay.

Persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Hasil ini membuktikan bahwa fitur "*Scan QR Code*," kemudahan pengisian saldo, peningkatan kinerja dengan pembayaran daring, serta efisiensi dalam melacak dan mengelola transaksi keuangan mampu memengaruhi keputusan penggunaan ShopeePay di DKI Jakarta. Hal ini berarti bahwa keputusan penggunaan ShopeePay di DKI Jakarta dipengaruhi oleh sejauh mana sistem tersebut dapat menyelesaikan pekerjaan dengan cepat, meningkatkan kinerja, meningkatkan produktivitas, dan meningkatkan efektivitas. Dengan

demikian, semakin baik persepsi kemanfaatan maka dapat meningkatkan keputusan penggunaan ShopeePay.

Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hasil ini membuktikan bahwa promosi yang disediakan belum sepenuhnya memenuhi harapan pengguna sehingga penawaran seperti diskon atau *cashback* belum mampu mendorong pengguna untuk melakukan penggunaan ShopeePay di DKI Jakarta. Hal ini karena keputusan penggunaan lebih ditentukan oleh faktor kemudahan dan kemanfaatan sehingga promosi yang belum sepenuhnya sesuai dengan yang diharapkan atau tidak memberikan nilai tambah yang signifikan dalam aspek kemudahan dan manfaat tidak memiliki pengaruh signifikan dalam mendorong peningkatan keputusan penggunaan ShopeePay.

## 5.2. Keterbatasan Penelitian

Penyusunan penelitian ini dilakukan dengan proses yang telah disesuaikan dengan aturan dan ketentuan yang telah ditetapkan. Namun tentunya tidak terlepas dari kekurangan, yang mana terdapat beberapa keterbatasan yang peneliti akui dalam penyusunan penelitian ini, diantaranya:

- a) Responden penelitian masih terbatas pada masyarakat di DKI Jakarta, sehingga hasil yang diperoleh dari penelitian ini belum dapat disamakan dengan hasil penelitian dari wilayah lain.
- b) Keterbatasan waktu peneliti sehingga penelitian ini hanya mampu digunakan dengan menggunakan *google form* dan penyebaran kuesioner melalui media digital seperti media sosial peneliti.
- c) Adanya keterbatasan jumlah variabel yang ada pada penelitian ini di mana hanya menggunakan variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, promosi, dan keputusan penggunaan. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel lainnya untuk dapat menyempurnakan penelitian ini.

### 5.3. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian yang telah diuraikan di atas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

- a) ShopeePay dapat terus meningkatkan persepsi kemudahan melalui penekanan yang dapat diberikan pada penyempurnaan proses aktivasi dan verifikasi, peningkatan tampilan yang mudah dipahami, serta pemahaman yang lebih baik terhadap fitur-fitur sederhana. ShopeePay juga harus terus mengedepankan fleksibilitas pembayaran sehingga mengurangi kebutuhan membawa uang tunai dalam aktivitas sehari-hari untuk memastikan pengguna merasa sistem ini tidak hanya mudah dipelajari dan digunakan, tetapi juga memberikan kemudahan yang konkret dalam penggunaan sehari-hari.
- b) Sejalan dengan itu, untuk memaksimalkan keputusan penggunaan ShopeePay, disarankan untuk terus mengembangkan fitur-fitur yang dapat meningkatkan kemanfaatan *platform*. Penekanan pada fitur "*Scan QR Code*," kemudahan pengisian saldo, dan efisiensi dalam melacak dan mengelola transaksi keuangan dapat ditingkatkan. Memastikan bahwa fitur-fitur ini sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pengguna di DKI Jakarta akan membantu meningkatkan persepsi kemanfaatan yang secara langsung meningkatkan keputusan penggunaan ShopeePay.
- c) Bagi penelitian berikutnya, disarankan untuk menambah atau menganalisis variabel tambahan di luar dari ketiga variabel yang dipilih dalam penelitian ini. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi keputusan penggunaan, khususnya pada ShopeePay. Peneliti berikutnya juga dapat mengeksplorasi variabel yang sama seperti yang telah dikaji dalam penelitian ini, namun dengan memilih objek, kriteria responden, atau lokasi penelitian yang berbeda, sehingga dapat memperoleh wawasan yang lebih komprehensif terkait faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan, terutama pada ShopeePay.