

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan SmartPLS 4.0, terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Kemudahan Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Gopay di wilayah Jakarta Selatan. Dari hal tersebut menunjukkan bahwa keputusan penggunaan terhadap Gopay berperan penting dalam pengambilan keputusan penggunaan terhadap Kemudahan Aksesibilitas. Dengan demikian, H1 pada penelitian ini diterima dan H0 ditolak.
2. Variabel Pemasaran Digital berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Gopay di wilayah Jakarta Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang menarik, terpercaya, dan mudah diakses melalui saluran digital dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan *e-wallet* Gopay. Dengan demikian, H2 pada penelitian ini diterima dan H0 ditolak.
3. Variabel Pemberian *Voucher* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Gopay di wilayah Jakarta Selatan. Hal ini tidak sesuai dengan hipotesis awal peneliti yang mengatakan bahwa pemberian voucher berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Gopay. Artinya, bahwa hasil dari jawaban responden menunjukkan Pemberian *Voucher* bukanlah factor yang dapat memotivasi mereka untuk memutuskan penggunaan terhadap *e-wallet* Gopay, Dengan demikian, H3 pada penelitian ini ditolak dan H0 diterima.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan dengan apa yang dialami oleh peneliti selama proses melakukan penelitian, peneliti merasakan beberapa hal penghambat atau keterbatas. Adanya

keterbatasan dalam penelitian ini, agar nantinya dapat menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya. Hal – hal yang menjadi keterbatasan yaitu :

1. Responden hanya terdiri dari 100 orang dan populasi yang dipilih hanya Jakarta selatan. Hal ini menjadi keterbatasan karena jumlah responden tersebut kurang guna menggambarkan keadaan yang sebenarnya.
2. Objek penelitian hanya berfokus pada tiga variabel bebas yakni kemudahan aksesibilitas, pemasaran digital dan pemberian *voucher*. Namun, terdapat variabel-variabel bebas lainnya yang berpotensi memberikan pengaruh terhadap keputusan penggunaan.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan simpulan pada penelitian ini, maka diperoleh beberapa saran yang dapat peneliti berikan, ialah sebagai berikut:

a) Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan pada Kemudahan dapat peningkatan UI/UX, Perusahaan harus terus meningkatkan desain antarmuka pengguna dan pengalaman pengguna untuk memastikan kemudahan aksesibilitas. Ini termasuk memastikan bahwa aplikasi mudah digunakan, navigasi yang intuitif, dan fitur yang mudah diakses oleh semua pengguna.

Selanjutnya, pelatihan dan edukasi, menyediakan pelatihan dan edukasi kepada pengguna tentang cara menggunakan aplikasi *e-wallet* Gopay dengan efektif. Ini dapat dilakukan melalui tutorial video, panduan pengguna, dan layanan pelanggan yang responsif.

Pada variabel Pemasaran Digital melakukan Optimalisasi Kampanye Digital, perusahaan harus mengoptimalkan kampanye pemasaran digital mereka dengan menggunakan data analitik untuk memahami perilaku konsumen dan menargetkan audiens yang tepat. Ini termasuk penggunaan iklan berbayar, konten yang menarik, dan kolaborasi dengan influencer.

Dapat melakukan interaksi dengan Pengguna dengan meningkatkan interaksi dengan pengguna melalui media sosial dan platform

digital lainnya. Perusahaan dapat memanfaatkan umpan balik pengguna untuk meningkatkan layanan dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan konsumen.

b) Bagi Akademisi

Pada Kemudahan Aksesibilitas penelitian Akademisi dapat melakukan penelitian lanjutan untuk mengeksplorasi lebih dalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kemudahan aksesibilitas dalam penggunaan *e-wallet* Gopay. Misalnya, bagaimana desain antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX) dapat meningkatkan kemudahan aksesibilitas.

Melakukan studi perbandingan antara berbagai platform *e-wallet* untuk mengidentifikasi praktik terbaik dalam meningkatkan kemudahan aksesibilitas. Hal ini dapat memberikan wawasan yang lebih luas tentang bagaimana berbagai platform mengatasi tantangan aksesibilitas.

Selanjutnya pada Pemasaran Digital efektivitas strategi pemasaran, akademisi dapat meneliti efektivitas berbagai strategi pemasaran digital yang digunakan oleh perusahaan *e-wallet* Gopay. Penelitian ini dapat mencakup analisis terhadap konten iklan, penggunaan media sosial, dan kampanye pemasaran lainnya.

Pengaruh Sosial Media, melakukan penelitian tentang pengaruh media sosial terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Gopay. Penelitian ini dapat membantu memahami bagaimana interaksi dan ulasan pengguna di media sosial mempengaruhi persepsi dan keputusan konsumen.