

## BAB V SIMPULAN

### 5.1. Simpulan

Penelitian ini menguji pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan promosi penjualan terhadap niat menggunakan. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda dan pembahasan hasil penelitian ini yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan beberapa hal dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan persepsi manfaat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat menggunakan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi manfaat maka semakin tinggi niat menggunakan *e-wallet* GoPay di Kabupaten Kebumen.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan persepsi kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat menggunakan. Hal ini menunjukkan semakin tinggi persepsi kemudahan maka semakin tinggi niat menggunakan *e-wallet* GoPay di Kabupaten Kebumen.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan promosi penjualan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat menggunakan. Hal ini menunjukkan semakin tinggi promosi penjualan maka semakin tinggi niat menggunakan *e-wallet* GoPay di Kabupaten Kebumen.
4. Persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan promosi penjualan mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap niat menggunakan *e-wallet* GoPay di Kabupaten Kebumen. Manfaatnya dari menggunakan

*e-wallet* GoPay seperti tidak perlu membawa uang kartal, kemudahan dalam melakukan transaksi dan adanya promo seperti potongan harga akan meningkatkan niat menggunakan, maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan secara simultan atau bersama-sama.

## 5.2. Keterbatasan

Pada penelitian ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Adanya keterbatasan dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan evaluasi dan perbaikan untuk peneliti yang akan datang. Keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Penelitian ini belum dapat mengungkap secara menyeluruh tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat menggunakan *e-wallet* GoPay di Kabupaten Kebumen. Penelitian ini hanya terbatas pada Persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan promosi penjualan terhadap niat menggunakan. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat menambahkan atau mencari variabel independen lain selain dalam penelitian ini.
2. Dalam proses pengumpulan data, tidak semua informasi yang disampaikan oleh responden melalui kuisioner selalu mencerminkan pendapat atau pandangan asli mereka. Hal ini dapat disebabkan oleh perbedaan cara berpikir, persepsi, interpretasi, serta tingkat pemahaman yang bervariasi antar responden. Selain itu, faktor-faktor lain seperti

tingkat kejujuran, motivasi dalam menjawab, atau bahkan kelelahan saat mengisi kuisioner juga dapat memengaruhi keakuratan jawaban yang diberikan.

3. Responden dalam penelitian ini hanya pada masyarakat Kabupaten Kebumen.

### 5.3. Implikasi

#### 5.3.1. Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran bagi pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini antara lain :

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk mengetahui sejauh mana persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan promosi penjualan terhadap niat menggunakan *e-wallet* GoPay di Kabupaten Kebumen. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar pertimbangan bagi perusahaan dalam merumuskan kebijakan, khususnya dalam pengembangan strategi persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan promosi penjualan yang lebih efektif dalam meningkatkan penggunaannya.

2. Bagi Pengguna

Penelitian ini memberikan manfaat praktis bagi pengguna *e-wallet* GoPay dengan mendorong perusahaan menyusun strategi pemasaran digital yang lebih efektif dan informatif. Peningkatan

persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan promosi penjualan terhadap niat menggunakan *e-wallet* GoPay di Kabupaten Kebumen dalam meningkatkan penggunaannya.

### 5.3.2. Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada bab-bab terdahulu maka hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi implikasi teoritis sebagai berikut :

1. Pengaruh persepsi manfaat terhadap niat menggunakan

*Perceived usefulness* (PU) atau persepsi manfaat merupakan tingkat keyakinan individu dalam menggunakan sistem tertentu, akan meningkatkan kinerjanya. Pengertian ini mengikuti definisi dari kata bermanfaat yaitu mampu digunakan secara menguntungkan. Jika suatu sistem memiliki kegunaan yang dipersepsikan tinggi maka pengguna juga akan percaya bahwa kinerjanya akan tinggi (Davis, 1989). Berdasarkan hasil analisis untuk variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan E-Wallet GoPay di Kabupaten Kebumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Muna (2017) Nguyen (2016), Nag (2019) dan Pertiwi et al. (2020) yang menemukan bahwa persepsi manfaat berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan niat menggunakan.

2. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap niat menggunakan

*Perceived ease of use* (PEOU) atau persepsi kemudahan merupakan tingkat keyakinan individu pada sistem tertentu dimana individu percaya jika menggunakan sistem dapat mengurangi usaha yang dilakukan baik usaha fisik maupun mental (Davis, 1989). Berdasarkan hasil analisis untuk variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan E-Wallet GoPay di Kabupaten Kebumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan Muna (2017) Nguyen (2016) dan Pertiwi (2020) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.

3. Pengaruh promosi penjualan terhadap niat menggunakan

Kotler dan Keller (2016:622) *Sales promotion* (Promosi Penjualan) merupakan kunci utama dalam kampanye pemasaran, terdiri dari kumpulan alat insentif, yang sebagian besar bersifat jangka pendek, dirancang untuk merangsang pembelian produk atau layanan tertentu dengan lebih cepat atau lebih oleh konsumen atau perdagangan. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syukriyyah (2023) menunjukkan bahwa promosi melalui promosi penjualan secara signifikan memengaruhi niat menggunakan.

## 5.4. Saran

Penelitian ini memiliki beberapa saran yang perlu diperhatikan sebagai bahan evaluasi dan masukan untuk E-Wallet GoPay dan peneliti berikutnya. Adapun saran dalam penelitian ini sebagai berikut :

### 5.4.1. Bagi GoPay

1. Berdasarkan hasil kuesioner persepsi manfaat pada penelitian ini menunjukkan bahwa indikator melakukan pembayaran dengan menggunakan E-Wallet GoPay lebih cepat mendapatkan nilai terendah. Saran untuk perusahaan yaitu bisa menambahkan *fitur* metode pembayaran yang bisa menggunakan *fingerprint* yang dimana *fitur* tersebut juga memberikan manfaat yang lebih seperti keamanan dalam melakukan transaksi, mengurangi tingkat pencurian uang dan memberikan kenyamanan pada penggunanya.
2. Berdasarkan hasil kuesioner persepsi kemudahan pada penelitian ini menunjukkan indikator sulit untuk digunakan mendapatkan nilai terendah. Hal tersebut dikarenakan beberapa faktor seperti batas transaksi setiap hari pada E-Wallet GoPay yaitu hanya sebesar Rp. 2.000.000. Sedangkan banyak pengguna GoPay bisa saja melakukan transaksi yang lebih dari batas maksimal. Saran untuk GoPay yaitu meningkatkan batas penggunaan pada GoPay dikarenakan semakin tinggi batas tersebut maka akan semakin tinggi juga niatan seseorang untuk menggunakan GoPay.

3. Berdasarkan hasil kuesioner promosi penjualan pada penelitian ini menunjukkan indikator sering mendapatkan kupon mendapatkan nilai terendah. Itu dikarenakan kupon yang diberikan oleh GoPay paling banyak yang berkaitan dengan pembelian melalui Gojek, untuk kupon atau *voucher* yang tidak berkaitan dengan Gojek masih jarang diberikan oleh GoPay. Saran untuk perusahaan sebaiknya memberikan kupon atau *voucher* untuk pembayaran di luar Gojek, dikarenakan tidak semua pembelian harus dengan Gojek. Kupon lainnya bisa seperti potongan token listrik, paket data dan biaya lainnya.

#### **5.4.2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

1. Penelitian berikutnya dapat mengembangkan kajian ini dengan memasukkan variabel-variabel di luar variabel yang digunakan pada penelitian ini. Niat menggunakan tidak hanya dipengaruhi oleh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan promosi penjualan, tetapi juga dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang belum dianalisis dan dapat menjadi fokus dalam penelitian mendatang.
2. Peneliti berikutnya diharapkan dapat mengeksplorasi uang elektronik lainnya, sehingga hasil penelitian dapat dibandingkan dan digeneralisasikan ke berbagai aplikasi E-Wallet yang berbeda.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengangkat topik serupa namun dengan sampel responden dan uang elektronik yang berbeda, sehingga hasil yang diperoleh dapat lebih beragam dan lebih mendalam.