

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan uji hipotesis secara keseluruhan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kemudahan ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menggunakan (Y) sebesar 12,47%. Berdasarkan hasil rekapitulasi data kuesioner, indikator yang memperoleh nilai rata-rata tertinggi yaitu “fitur yang mudah digunakan untuk transaksi kapanpun”. Adapun untuk indikator yang memperoleh nilai rata-rata terendah yaitu “Praktis dan mudah digunakan untuk transaksi”.
2. Variabel keamanan ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menggunakan (Y) sebesar 29,01%. Berdasarkan hasil rekapitulasi data kuesioner, indikator yang memperoleh nilai rata-rata tertinggi yaitu “Pemenuhan tanggung jawab apabila terjadi kendala pada keamanan ShopeePay”. Adapun untuk indikator yang memperoleh nilai rata-rata terendah yaitu “Kepercayaan bahwa informasi pribadi terjaga dengan baik”.
3. Variabel promosi penjualan ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menggunakan (Y) sebesar 18,12%. Berdasarkan hasil rekapitulasi data kuesioner, indikator yang memperoleh nilai rata-rata tertinggi yaitu “Tersedianya berbagai macam kupon”. Adapun untuk indikator yang memperoleh nilai rata-rata terendah yaitu yaitu “Pemberian potongan harga saat transaksi *offline*”.
4. Variabel kemudahan ( $X_1$ ), keamanan ( $X_2$ ) dan promosi penjualan ( $X_3$ ) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menggunakan (Y) sebesar 59,6%. Berdasarkan hasil rekapitulasi data kuesioner, indikator yang memperoleh nilai rata-rata tertinggi yaitu “Memberikan tanggapan positif mengenai multifungsi ShopeePay”. Adapun untuk indikator yang memperoleh

nilai rata-rata terendah yaitu “Memberikan tanggapan positif mengenai keefektifan ShopeePay”.

## B. Saran

Adapun saran yang disampaikan dari hasil penelitian ini antara lain adalah:

1. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel kemudahan diketahui indikator dengan nilai rata-rata terendah adalah Praktis dan mudah digunakan untuk transaksi. Dalam hal ini, *e-wallet* ShopeePay diharapkan dapat mempertahankan serta mengembangkan lagi akses kemudahan penggunaannya. Karena dengan kemudahan dalam penggunaan bagi pengguna bisa merasakan kenyamanan yang menimbulkan pemakaian *e-wallet* secara terus menerus dan perlunya pemberian edukasi terhadap pengguna *e-wallet* untuk menggunakan *e-wallet* dengan baik agar merasakan keuntungan menggunakan *e-wallet* yang lebih praktis, efisien dan terhindar dari uang palsu.
2. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel keamanan diketahui indikator dengan nilai rata-rata terendah adalah Kepercayaan bahwa informasi pribadi terjaga dengan baik. Dalam hal ini, perusahaan Shopee diharapkan memperketat sistem kemanannya dengan verifikasi dua langkah melalui *link* autentikasi dan verifikasi *One Time Password* (OTP) yang dikirim melalui *e-mail*, sms atau WhatsApp kealamat *e-mail* atau nomor ponsel yang terdaftar. dan untuk para pengguna *e-wallet* ShopeePay diharapkan tidak melakukan hal-hal yang membuat terjadinya peretasan data dengan mengklik link *scam* pada saat *googling*.
3. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel promosi penjualan diketahui indikator dengan nilai rata-rata terendah adalah Pemberian potongan harga saat transaksi *offline*. Dalam hal ini, diharapkan bagi penyedia jasa layanan *e-wallet* agar memberikan promo-promo yang menarik seperti memberikan diskon bagi pengguna yang

memposting produk di media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *TikTok* dan lainnya disertai dengan kalimat yang menarik tentang produk yang dibeli dan menandai teman pada akun media sosialnya, dan jika pembayarannya menggunakan *e-wallet* akan mendapatkan diskon tambahan. Dengan cara ini bisnis merchant mendapatkan promosi gratis dan memberikan dampak kenaikan pengguna *e-wallet* ShopeePay.

4. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel minat menggunakan diketahui indikator dengan nilai rata-rata terendah adalah memberikan tanggapan positif mengenai keefektifan ShopeePay. Dalam hal ini Shopee harus memperkuat *brand image* dengan mengiklankan keunggulan dan manfaat dari penggunaan ShopeePay serta mengedukasi masyarakat dengan cara membatasi tersedianya *voucher* promo untuk bertransaksi pada kebutuhan mereka saja. dan diharapkan bagi pengguna *e-wallet* ShopeePay untuk tidak tergoda dengan promosi yang ditawarkan pada produk yang bukan kebutuhannya. sehingga hal-hal tersebut bisa menjadi faktor penggunaan *e-wallet* lebih efektif.

