

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, risiko dan keamanan terhadap minat menggunakan dompet digital ShopeePay, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital *ShopeePay* pada Kalangan Generasi Z di Kota Cirebon.
2. Variabel Persepsi Risiko (X2) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital *Shopeepay* pada Kalangan Generasi Z di Kota Cirebon.
3. Variabel Persepsi Keamanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital *Shopeepay* pada Kalangan Generasi Z di Kota Cirebon.
4. Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1), Risiko (X2) dan Keamanan (X3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital *Shopeepay* pada Kalangan Generasi Z di Kota Cirebon.

#### **B. Implikasi Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, berikut implikasi pada penelitian, yaitu:

1. Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1), pada penelitian ini persepsi kemudahan penggunaan dompet digital *ShopeePay* menurut persepsi generasi Z yaitu mudah digunakan dalam bertransaksi dan menjadi dompet digital yang praktis dan efisien, sehingga pada penelitian ini persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan dompet digital ShopeePay. Artinya,

perusahaan penyedia jasa layanan dompet digital *ShopeePay* mampu mempertahankan dan terus berusaha meningkatkan fitur-fitur yang ada pada dompet digital *ShopeePay* yang mudah digunakan bagi pengguna.

2. Variabel Persepsi Risiko ( $X_2$ ), pada penelitian ini persepsi risiko dompet digital *ShopeePay* menurut persepsi generasi Z yaitu tingkat persepsi risiko yang rendah mendorong generasi Z untuk menggunakan dompet digital *ShopeePay*, namun persepsi risiko yang tinggi dapat menghambat minat generasi Z untuk menggunakan dompet digital *ShopeePay*. Sehingga pada penelitian ini, persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan dompet digital *ShopeePay*. Artinya, perusahaan penyedia jasa layanan dompet digital *ShopeePay* perlu meminimalisir risiko operasional serta membangun kepercayaan pengguna agar meningkatkan minat pengguna untuk menggunakan dompet digital *ShopeePay*.
3. Variabel Persepsi Keamanan ( $X_3$ ), pada penelitian ini persepsi keamanan dompet digital *ShopeePay* menurut persepsi generasi Z yaitu keamanan merupakan faktor yang sangat penting dalam menggunakan sebuah dompet digital seperti *ShopeePay*, mereka merasa aman menggunakan dompet digital *ShopeePay* jika informasi pribadi mereka dilindungi dari segala bentuk kejahatan. Sehingga pada penelitian ini persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan dompet digital *ShopeePay*. Artinya, perusahaan harus tetap meningkatkan sistem keamanan layanan serta meningkatkan transparansi kebijakan perlindungan data bagi pengguna.
4. Variabel Minat Menggunakan Dompet Digital *ShopeePay* ( $Y$ ), pada penelitian ini minat menggunakan dompet digital *ShopeePay* menurut persepsi generasi Z yaitu keinginan mereka untuk menggunakan dompet digital *ShopeePay* dalam sistem pembayaran, dimana mereka menginginkan pembayaran yang mudah digunakan, memiliki sedikit risiko dan aman saat digunakan. Sehingga pada penelitian ini minat menggunakan dompet digital *ShopeePay* dipengaruhi oleh kemudahan

penggunaan, risiko dan keamanan. Artinya perusahaan perlu membuat pengembangan fitur yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi generasi Z tetapi tidak mengurangi kemudahan penggunaan, meminimalisir risiko dan keamanan yang tinggi.

### C. Saran

Peneliti menyadari banyak kekurangan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, Rekomendasi tersebut meliputi hal-hal berikut:

1. Berdasarkan item ke-11 pada variabel persepsi kemudahan penggunaan (X1) yaitu pernyataan Saya merasa keterampilan saya dapat bertambah ketika menggunakan dompet digital *ShopeePay* karena mudah digunakan, menunjukkan bahwa sebanyak 3 responden (3%) menjawab sangat tidak setuju, 19 responden (19%) menjawab tidak setuju, 44 responden (44%) menjawab setuju dan 34 responden (34%) menjawab sangat setuju. Berdasarkan hasil tersebut, terdapat 22 responden (22%) yang merasa keterampilan mereka tidak bertambah ketika menggunakan dompet digital *ShopeePay* karena mudah digunakan. Maka dari itu, peneliti menyarankan kepada perusahaan penyedia jasa layanan dompet digital *ShopeePay* untuk fokus mengedukasi bagi pengguna yang masih kesulitan, meningkatkan kemudahan penggunaan layanan, mengembangkan fitur tutorial interaktif, serta menyederhanakan tampilan aplikasi agar mudah dipahami. Adapun saran bagi peneliti selanjutnya yaitu meneliti faktor peningkatan keterampilan digital, serta menganalisis persepsi pengguna terhadap kemudahan teknologi digital dalam dompet digital *ShopeePay*.
2. Berdasarkan item ke-2 pada variabel persepsi risiko (X2) yaitu pernyataan Saya merasa sedikit risiko ketika melakukan transaksi menggunakan dompet digital *ShopeePay*, menunjukkan bahwa 2 responden (2%) yang menjawab sangat tidak setuju, 28 responden (28%) yang menjawab tidak setuju, 48 responden (48%) yang menjawab setuju dan 22 responden (22%) yang menjawab sangat setuju. Berdasarkan hasil tersebut, terdapat 30% responden yang merasa tidak

sedikit risiko ketika melakukan transaksi menggunakan dompet digital *ShopeePay*, artinya mereka merasa bahwa terdapat banyak risiko ketika melakukan transaksi menggunakan dompet digital *ShopeePay*. Maka dari itu, peneliti menyarankan kepada perusahaan penyedia jasa layanan dompet digital *ShopeePay* untuk memantau transaksi yang mencurigakan secara *real-time*, menerapkan limit transaksi yang aman, memberikan tips pencegahan penipuan, melakukan monitoring sistem 24 jam, menyediakan layanan pelanggan 24 jam dan menganalisis pola risiko secara berkala. Adapun saran bagi peneliti selanjutnya yaitu mengidentifikasi faktor-faktor risiko transaksi digital pada dompet digital *ShopeePay* serta menganalisis strategi pencegahan risiko.

3. Berdasarkan item ke-8 pada variabel persepsi keamanan (X3) yaitu pernyataan Saya merasa yakin bahwa kemungkinan terjadinya penyalahgunaan data pribadi di dompet digital *ShopeePay* sangat kecil, menunjukkan bahwa bahwa 5 responden (5%) yang menjawab sangat tidak setuju, 23 responden (23%) yang menjawab tidak setuju, 48 responden (48%) yang menjawab setuju dan 24 responden (24%) yang menjawab sangat setuju. Berdasarkan hasil tersebut, terdapat 28% responden yang tidak merasa yakin bahwa kemungkinan terjadinya penyalahgunaan data pribadi di dompet digital *ShopeePay* sangat kecil, artinya mereka merasa bahwa kemungkinan terjadinya penyalahgunaan data pribadi di dompet digital *ShopeePay* tidaklah kecil ataupun sedikit. Maka dari itu, peneliti menyarankan kepada perusahaan penyedia jasa layanan dompet digital *ShopeePay* untuk meningkatkan transparansi kebijakan perlindungan data, mengembangkan sistem keamanan berlapis serta memberikan edukasi keamanan digital kepada pengguna. Adapun saran bagi peneliti selanjutnya yaitu meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi keamanan data, mengkaji penelitian mendalam mengenai cara melindungi data digital dari risiko dan ancaman serta mengeksplor strategi peningkatan kepercayaan pengguna dompet digital *ShopeePay*.

4. Berdasarkan item ke-13 pada variabel minat menggunakan dompet digital *ShopeePay* (Y) yaitu pernyataan Saya akan menggunakan dompet digital *ShopeePay* secara teratur, menunjukkan bahwa 8 responden (8%) yang menjawab sangat tidak setuju, 31 responden (31%) yang menjawab tidak setuju, 41 responden (41%) yang menjawab setuju dan 20 responden (20%) yang menjawab sangat setuju. Berdasarkan hasil tersebut, terdapat 39% responden yang tidak akan menggunakan dompet digital *ShopeePay* secara teratur, artinya mereka tidak secara teratur dan hanya menggunakan dompet digital *ShopeePay* jika diperlukan saja. Maka dari itu, peneliti menyarankan kepada perusahaan penyedia jasa layanan dompet digital *ShopeePay* untuk meningkatkan fitur yang dapat membuat pengguna loyal terhadap penggunaan transaksi dompet digital *ShopeePay*, menyederhanakan proses transaksi sehingga pengguna merasa senang melakukan transaksi menggunakan dompet digital *ShopeePay*, serta memberikan promo atau diskon bagi pengguna untuk mendorong pengguna agar lebih sering menggunakan layanan dompet digital *ShopeePay*. Adapun saran bagi peneliti selanjutnya yaitu meneliti faktor yang membuat seseorang termotivasi menggunakan layanan dompet digital *ShopeePay*, meneliti alasan mengapa seseorang tidak menggunakan layanan dompet digital *ShopeePay* secara teratur serta menganalisis preferensi konsumen pada layanan dompet digital *ShopeePay*.