

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan dan Pendapatan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Paylater* (Studi Kasus Pada Masyarakat di DKI Jakarta)”, Masyarakat DKI Jakarta yang dijadikan sampel dalam penelitian ini sebanyak 400 orang. Kesimpulan penelitian ini yang didapat berdasarkan analisis bab sebelumnya adalah:

1. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan *paylater*. Hal tersebut menunjukkan besarnya tingkat persepsi manfaat akan mempengaruhi besarnya tingkat minat menggunakan konsumen.
2. Persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan *paylater*. Hal tersebut menunjukkan besarnya tingkat persepsi kemudahan tidak akan mempengaruhi besarnya tingkat minat menggunakan konsumen.
3. Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan *paylater*. Hal tersebut menunjukkan besarnya tingkat pendapatan akan mempengaruhi besarnya tingkat minat menggunakan konsumen.

#### **B. Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan yang dijelaskan sebelumnya, maka implikasi yang didapat dalam penelitian ini adalah:

1. Berdasarkan hasil perhitungan rata – rata skor indikator persepsi manfaat diperoleh indikator dengan persentase terendah 24.77% yaitu tujuan saat menggunakan sistem untuk mendorong tingkat produktivitas individu

(*Increases Productivity*). Hal ini dapat diartikan bahwa konsumen cenderung tidak yakin bahwa layanan *paylater* bisa membantu meningkatkan produktivitasnya. Sehingga konsumen kurang merasakan manfaat berupa peningkatan produktivitas individu saat menggunakan metode pembayaran *paylater*.

2. Berdasarkan hasil perhitungan rata – rata skor indikator persepsi kemudahan diperoleh indikator dengan persentase terendah 24,69% yaitu sistem mudah untuk digunakan. Hal ini dapat diartikan bahwa konsumen cenderung tidak yakin bahwa layanan *paylater* mudah untuk digunakan.
3. Berdasarkan hasil perhitungan rata – rata skor indikator pendapatan diperoleh indikator dengan persentase terendah 49,4% yaitu pendapatan yang berasal dari bekerja. Hal ini dapat diartikan bahwa konsumen cenderung tidak yakin bahwa pendapatan yang ia peroleh dari hasil bekerja akan mendorong minatnya agar menggunakan layanan *paylater* saat bertransaksi.
4. Berdasarkan hasil perhitungan rata – rata skor indikator minat menggunakan diperoleh indikator dengan persentase terendah 31,6% yaitu terus menggunakan. Hal ini dapat diartikan bahwa konsumen cenderung tidak yakin bahwa ia akan tetap terus menggunakan layanan *paylater* saat bertransaksi.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini masih banyak ditemukan keterbatasan - keterbatasan. Adapun Keterbatasan - keterbatasan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, sehingga sangat mungkin datanya bersifat subyektif, akan lebih baik bila ditambahkan metode wawancara sehingga hasil penelitian yang diperoleh lebih lengkap.
2. Penelitian ini hanya meneliti persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan pendapatan terhadap minat menggunakan. Oleh karena itu perlu digali variabel lain yang dapat mempengaruhi minat menggunakan.

3. Penelitian ini hanya terbatas pada metode pembayaran transaksi *online* berdasarkan variabel yang mempengaruhi layanan *paylater*, dan tidak membahas pengaruh pembelian dengan metode pembayaran *paylater* berdasarkan produknya langsung.

#### D. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat untuk konsumen dan *e-commerce* penyedia layanan *paylater*, serta penelitian selanjutnya berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan layanan *Paylater* :

1. Teruntuk perusahaan, variabel persepsi manfaat dalam penelitian ini memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan sehingga dapat dijadikan pertimbangan untuk pengambilan keputusan tentang penggunaan layanan *Paylater*. Selain itu, upaya yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan minat menggunakan konsumen adalah:
  - a. Variabel Persepsi Manfaat
 

Perusahaan hendaknya menjaga dan mempertahankan faktor - faktor dari persepsi manfaat yang berpengaruh terhadap minat menggunakan. Hal ini dikarenakan konsumen yang merasakan manfaat dalam sebuah teknologi akan menaruh minat yang lebih terhadap teknologi tersebut.
  - b. Variabel Persepsi Kemudahan
 

Perusahaan diharapkan dapat meningkatkan faktor – faktor selain dari kemudahan yang diberikan *paylater*, karena berdasarkan hasil penelitian ini, tidak ditemukannya pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan layanan *Paylater*. Oleh karena itu untuk menarik konsumen diperlukannya faktor – faktor lainnya yang memungkinkan dapat meningkatkan minat menggunakan layanan *paylater*.
2. Teruntuk Konsumen, sebelum menggunakan *paylater* sebaiknya konsumen perlu memahami manfaat, resiko, kemampuan membayar tagihan serta mengetahui dampak positif dan negatifnya. Hal tersebut dilakukan agar

konsumen bisa lebih bijak dalam penggunaan *paylater*, dan terhindar dari kredit macet.

3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkategorikan responden lebih luas, tidak hanya mencakup Provinsi DKI Jakarta mungkin bisa pada seluruh Indonesia ataupun Provinsi lain. Selain itu juga diharapkan melakukan penelitian dengan melihat perilaku konsumen untuk layanan *paylater* pada aplikasi lainnya seperti *GoPay PayLater* dan *OVO PayLater*, supaya dapat mengetahui perilaku konsumen dalam bertransaksi *online* secara keseluruhan. Kemudian menambah variabel pendukung misalnya persepsi risiko, kepercayaan, keamanan dan lain-lain.

