

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasar pada temuan dari penelitian berupa kajian teoritik, analisis data, dan pendeskripsian hasil dari penelitian yang dilakukan di Jakarta mengenai niat menggunakan kembali sudah mendapatkan simpulan yang dibuktikan dengan hipotesis yang ditetapkan pada bagian awal penelitian sudah dapat diterima. Penelitian yang telah dilakukan mulai dari bulan Januari 2021 sampai dengan Juli 2021 mendapatkan hasil yaitu sebagai berikut.

1. Ditemui pengaruh langsung yang positif dan signifikan antara pengalaman terhadap niat menggunakan kembali ShopeePay di Jakarta. Semakin positif pengalaman yang dirasakan pengguna maka semakin besar kemungkinan pengguna untuk menggunakan ShopeePay di kemudian hari.
2. Ditemui pengaruh langsung yang positif dan signifikan antara pengalaman terhadap kepercayaan pengguna ShopeePay di Jakarta. Semakin baik pengalaman yang dirasakan pengguna ShopeePay, maka akan meningkatkan kepercayaan mereka terhadap perusahaan.
3. Ditemui pengaruh langsung yang positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap niat menggunakan kembali ShopeePay di Jakarta. Apabila pengguna memiliki niat untuk penggunaan kembali di masa depan, maka pengguna harus memiliki kepercayaan yang tinggi akan perusahaan.
4. Melalui kepercayaan, ditemui hubungan yang positif dan signifikan antara pengalaman dan niat untuk menggunakan kembali. Ini menyiratkan bahwa persepsi pengguna tentang pengalaman akan memengaruhi kepercayaan mereka pada ShopeePay, mendorong mereka untuk menggunakannya lagi.

5.2 Implikasi

Berdasar pada simpulan yang sudah diuraikan sebelumnya bahwa adanya hubungan dan pengaruh pengalaman pada niat menggunakan kembali melalui kepercayaan pada pengguna ShopeePay di Jakarta. Oleh sebab itu, variabel x dan variabel z dalam penelitian ini ialah faktor yang menimbulkan terciptanya niat menggunakan kembali. Dengan begitu, hipotesis yang telah disusun sebelumnya sudah sesuai dengan hasil yang didapatkan.

1. Pengalaman merupakan reaksi yang muncul sebagai hasil interaksi dan koneksi saat menggunakan suatu barang atau layanan, baik secara eksplisit ataupun implisit, menjadi faktor yang dapat memberi dampak pada niat untuk menggunakan kembali. Dalam penelitian ini didapatkan hasil dimensi dalam pengalaman yang paling tertinggi adalah kegunaan (*usability*) dengan instrumen transaksi pembayaran menjadi lebih cepat menggunakan ShopeePay sebesar 17,96%. Hal ini membuktikan bahwa kemudahan dalam melaksanakan transaksi merupakan hal penting yang diperhatikan oleh konsumen. Untuk itu, perusahaan perlu memperhatikan bagaimana transaksi berlangsung dan juga dapat melakukan inovasi dari segi pelayanan atau fitur aplikasi. Namun, tidak hanya kemudahan dalam bertransaksi saja yang perlu diperhatikan, pengalaman lain seperti pelayanan yang baik, akses yang mudah, dan tanggapan dari perusahaan ketika konsumen mendapatkan kesulitan.
2. Kepercayaan merupakan antisipasi seseorang terhadap pihak lain dalam suatu hubungan atas dasar asumsi bahwa pihak yang dipercaya akan menepati tanggung jawabnya persis seperti yang diharapkan, maka hal itu menjadi kunci yang dapat memberikan pengaruh terhadap niat untuk menggunakan kembali. Dalam penelitian ini didapatkan dimensi yang paling tertinggi adalah kemampuan (*ability*) dengan instrumen ShopeePay menyediakan layanan produk berkualitas sesuai kebutuhan pengguna sebesar 13,05%. Hal ini membuktikan bahwa responden percaya ketika menggunakan ShopeePay, karena ShopeePay dapat menyediakan layanan produk sesuai kebutuhan pengguna. Untuk itu,

pihak ShopeePay perlu memperhatikan fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi ShopeePay.

3. Hasil terhadap instrumen saya berniat untuk terus menggunakan ShopeePay dalam waktu dekat sebesar 16,01%. Hal ini membuktikan bahwa kemungkinan besar konsumen memiliki niat yang tinggi untuk tetap melanjutkan penggunaan ShopeePay di masa mendatang. Untuk itu, pihak ShopeePay harus mampu mempertahankan bahkan meningkatkan kinerjanya saat ini. Lebih lanjut, pihak ShopeePay perlu mengantisipasi pesaing serupa yang muncul.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang dimiliki dalam penelitian ini yang dapat disempurnakan bagi penelitian selanjutnya diantaranya:

1. Hanya ada tiga variabel yang diteliti yaitu pengalaman, kepercayaan dan niat menggunakan kembali.
2. Karena hanya terdapat 200 responden yang menjawab survei, hasilnya tidak mewakili semua kelompok masyarakat.

5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasar pada temuan penelitian, maka peneliti memberikan rekomendasi kepada pihak-pihak terkait yaitu PT. Airpay International Indonesia yakni pihak yang mengelola ShopeePay dan peneliti selanjutnya yaitu sebagai berikut.

1. PT. Airpay International Indonesia
 - a. Pihak ShopeePay diharapkan dapat mempertahankan serta meningkatkan kinerja ShopeePay. Peningkatan kinerja diperlukan sehingga pengguna tetap setia dan tetap memanfaatkan aplikasi ShopeePay daripada opsi pembayaran lainnya.
 - b. Pihak ShopeePay diharapkan dapat menciptakan layanan yang dapat menumbuhkan kepercayaan akan keamanan dan kenyamanan pengguna.

- c. Pihak ShopeePay diharapkan lebih peka terhadap kebutuhan konsumen dengan selalu melakukan inovasi dan pengembangan fitur pada aplikasi ShopeePay.

2. Penelitian Selanjutnya

- a. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk memperbanyak variabel lain yang mempengaruhi niat menggunakan kembali serta menggunakan metode dan teknik analisis data berbeda.
- b. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperdalam populasi penelitian ke wilayah yang lebih luas serta menambahkan kembali besar sampel yang digunakan agar hasil penelitian maksimal.

