

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan beberapa hal dari penelitian ini:

1. H1 menyatakan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap sikap, dengan nilai positif dan signifikan sehingga hipotesis 1 **diterima**. Jadi, ketika persepsi kemudahan dinilai baik maka akan berdampak pada sikap pengguna layanan.
2. H2 menyatakan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat, dengan nilai positif dan signifikan sehingga hipotesis 2 **diterima**. maka persepsi kemudahan yang baik dapat membuat konsumen menggunakan produk Indomaret Card sesuai dengan persepsi kemudahan yang dirasakan.
3. H3 menyatakan persepsi manfaat berpengaruh terhadap sikap, dengan nilai positif dan signifikan sehingga hipotesis 3 **diterima**. Jadi ketika persepsi manfaat dinilai baik maka akan berdampak pada sikap pengguna layanan.
4. H4 menyatakan persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat dengan nilai positif dan signifikan sehingga hipotesis 4 **diterima**. Jadi ketika persepsi manfaat yang baik dapat membuat konsumen menggunakan produk Indomaret Card sesuai dengan persepsi kemudahan yang dirasakan
5. H5 menyatakan sikap berpengaruh terhadap minat, dengan nilai positif dan signifikan sehingga hipotesis 5 **diterima**, Jadi, ketika konsumen

berkeinginan untuk menggunakan indomaret Card maka konsumen akan mempertimbangkannya atau memilihnya sebagai alat transaksi di masa depan.

6. H6 menyatakan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat melalui sikap sebagai *intervening*, dengan nilai positif dan signifikan, oleh karena itu hipotesis 6 **diterima**. Sikap dapat menjadi penguat untuk minat menggunakan konsumen dimana konsumen akan bisa merasakan hal baik dengan persepsi kemudahan. Dan merasakan sesuai atau tidaknya kegunaan produk yang dirasakan dalam persepsi kemudahan.
7. H7 menyatakan persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat melalui sikap sebagai *intervening*, dengan nilai positif dan signifikan, oleh karena itu hipotesis 7 **diterima**. Sikap dapat menjadi penguat untuk minat menggunakan konsumen dimana konsumen akan bisa merasakan hal baik dengan persepsi manfaat. Dan merasakan sesuai atau tidaknya fitur produk yang dirasakan dalam persepsi manfaat.

B. Implikasi

1. Variabel Persepsi Kemudahan (X1)

Pada variabel persepsi kemudahan terdapat delapan indikator dimana salah satu indikator yang memiliki persentase tinggi berdasarkan responden adalah indikator PEU5 sebesar 53,2% yang memuat pernyataan bahwa Indomaret Card sederhana sehingga mudah digunakan. Sedangkan yang mendapatkan persentase terendah adalah PEU4 36,4 % di mana memuat pernyataan bahwa Indomaret Card serta fiturnya mudah untuk digunakan.

2. Variabel Persepsi Manfaat (X2)

Pada variabel persepsi manfaat terdapat enam indikator dimana salah satu indikator yang memiliki persentase tinggi berdasarkan responden adalah indikator POU5 50,4% yang memuat pernyataan bahwa Indomaret Card memiliki manfaat lebih dibandingkan produk sejenis, dimana hal ini menjadi salah satu kelebihan dari Indomaret Card itu sendiri. Sedangkan persentase terendah ada pada variabel POU2 35,2%, dimana responden beranggapan bahwa Indomaret Card tidak begitu menambah kecepatan bertransaksi dikarenakan masih sering terdapat kendala pada jaringan pada masa tertentu dan dinilai pada saat tersebut pemakaian uang konvensional lebih efisien saat bertransaksi.

3. Variabel Sikap (Y)

Pada variabel sikap terdapat tujuh indikator dimana salah satu indikator yang mendapat persentase tinggi berdasarkan responden adalah indikator ATT3 51,6% yang memuat pernyataan bahwa menganggap menggunakan Indomaret Card hal yang bijak, sedangkan indikator yang mendapatkan persentase terendah adalah ATT5 33,2%, dimana sebagian besar responden dalam memilih uang elektronik berbentuk kartu masih memikirkan untuk melihat segi tampilan dan *design* gambar sehingga Indomaret perlu melakukan inovasi dalam tampilan kartu.

4. Variabel Minat (Z)

Pada variabel minat terdapat sembilan indikator dimana salah satu indikator yang mendapat persentase tinggi berdasarkan responden adalah indikator IOU5 44,4% yang memuat pernyataan bahwa memilih Indomaret Card sebagai alat pembayaran di masa mendatang sehingga hal tersebut membuat konsumen berpeluang besar akan memakai Indomaret Card sebagai alat transaksi pembayaran selain yang dimiliki saat ini. Sedangkan persentase terendah ada pada indikator IOU3 41,9% dan bisa dikatakan bahwa sebagian responden beranggapan bahwa penggunaan Indomaret Card tidak hanya untuk pembayaran digeri saja tetapi bisa dipakai untuk transaksi non tunai toll, parkir dan pembelian bahan bakar.

C. Saran

1. Saran Praktis

1. Sehubungan dengan implikasi yang telah di sebutkan pada bagian sebelumnya di bagian variabel persepsi kemudahan. Maka dari itu hal yang dapat dilakukan oleh pihak Indomaret adalah mempertahankan kesederhanaan kemudahan pemakaian Indomaret Card sehingga Indomaret Card dapat dipilih untuk menjadi alat transaksi di masyarakat luas dan di semua kalangan. Sehingga, dengan kemudahan pemakaian tersebut masyarakat bisa lebih sering untuk menggunakan Indomaret Card sebagai alat transaksi non tunai mereka.

2. Sehubungan dengan implikasi yang telah disebutkan sebelumnya di bagian variabel persepsi manfaat. Maka, Indomaret Card memiliki manfaat lebih dibandingkan produk sejenis, dimana hal ini menjadi salah satu kelebihan dari Indomaret Card itu sendiri. Maka perusahaan harus konsisten dalam penyediaan layanan Indomaret Card agar lebih menarik konsumen. Melihat hal tersebut menjadi salah satu hal yang cukup di perhatikan oleh konsumen, jika sewaktu-waktu akan terjadi perubahan manfaat kartu maka, akan berdampak pula pada minat konsumen untuk menggunakan Indomaret Card.
3. Sehubungan dengan implikasi yang telah disebutkan sebelumnya di bagian variabel sikap. Oleh sebab itu persepsi harus terus dibangun oleh perusahaan. Dalam hal ini perusahaan dapat melakukan sosialisasi (*campaign*) mengenai manfaat dan kegunaan dari Indomaret Card. Sosialisasi bisa di lakukan dengan berbagai kegiatan *public relation* dan *campaign*. Sehingga akan tercipta sudut pandang dari masyarakat luas bahwa menggunakan Indomaret Card adalah hal yang bijak pada era *cashless* dewasa ini.
4. Sehubungan dengan implikasi yang telah disebutkan sebelumnya di bagian minat. Responden memilih Indomaret Card sebagai alat pembayaran di masa mendatang sehingga hal tersebut membuat konsumen berpeluang besar akan memakai Indomaret Card sebagai alat transaksi pembayaran selain yang dimiliki saat ini. Sehingga perusahaan harus lebih gencar untuk

melakukan sosialisasi berupa *public relation* dan *campaign* agar dapat menggerakkan sikap masyarakat untuk memilih Indomaret Card.

2. Saran Teoretis

1. Penelitian ini dapat dilakukan lagi dengan mengambil perspektif yang berbeda dengan menggunakan variabel lain misalnya persepsi kesenangan dan inovasi, keunggulan produk dan lain sebagainya yang dapat mempengaruhi minat. Mengingat bahwa inovasi juga menjadi unsur penting dari suatu produk, maka inovasi juga dapat diteliti pengaruhnya terhadap minat penggunaan.
2. Penelitian di tempat berbeda dan lebih luas, dengan jumlah responden lebih banyak untuk mendapatkan tanggapan yang lebih beragam.
3. Melakukan penelitian dengan produk lain yang sejenis seperti kartu *flazz*, BCA, kartu *ponta*, BNI *tapcash* dan *membership* Tiptop dengan variabel yang sama. Hal tersebut berguna untuk perusahaan guna mengantisipasi pesaing. Agar membuat produk menjadi lebih unggul dibandingkan dengan pesaing.