

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kelengkapan Fitur dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *Gopaylater* (Survei Pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan)” menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kemudahan Penggunaan, Kelengkapan Fitur, dan Kepercayaan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan *GopayLater* pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan. Artinya ketiga variabel tersebut secara bersama-sama memiliki peran penting dalam memengaruhi tinggi rendahnya Minat Penggunaan *GoPayLater* pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan.
2. Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan. Artinya semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh konsumen dalam menggunakan *GoPayLater*, maka semakin tinggi pula minat Generasi Z di Kabupaten Kuningan untuk menggunakan layanan tersebut.
3. Kelengkapan Fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan. Artinya semakin tinggi persepsi konsumen terhadap kelengkapan fitur yang dimiliki *GoPayLater*, maka semakin tinggi pula minat Generasi Z di Kabupaten Kuningan untuk menggunakan layanan tersebut.
4. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan. Artinya semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap keamanan dan kredibilitas *GoPayLater*, maka akan semakin tinggi pula keinginan Generasi Z untuk menggunakan layanan tersebut.

5.2 Saran

Saran yang diberikan berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data, yang dapat dijadikan masukan dimasa yang akan datang. Saran-saran tersebut yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *GoPayLater*, diketahui bahwa indikator yang paling rendah terdapat pada indikator kemudahan dipahami (*easy to learn*). Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk meningkatkan kemudahan pengguna dalam memahami cara penggunaan layanan *GoPayLater* melalui tampilan aplikasi yang lebih sederhana, petunjuk penggunaan yang jelas, serta penyediaan fitur panduan atau tutorial bagi pengguna baru. Selain itu, penggunaan bahasa yang mudah dipahami dan alur transaksi yang lebih praktis diharapkan dapat membantu pengguna mempelajari penggunaan *GoPayLater* dengan lebih cepat dan nyaman.
2. Berdasarkan hasil penelitian bahwa kelengkapan fitur berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *GoPayLater*, diketahui bahwa indikator yang paling rendah terdapat pada indikator keberagaman fitur layanan. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk menambah dan mengembangkan variasi fitur layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna, seperti penambahan promo belanja, pilihan pembayaran yang lebih luas di berbagai merchant, integrasi dengan *platform e-commerce*, serta fitur pendukung transaksi lainnya. Dengan adanya keberagaman fitur layanan, pengguna diharapkan merasa lebih terbantu dan memiliki lebih banyak pilihan dalam memanfaatkan layanan *GoPayLater*.
3. Berdasarkan hasil penelitian bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *GoPayLater*, diketahui bahwa indikator yang paling rendah terdapat pada indikator kebajikan (*benevolence*). Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk meningkatkan kepedulian dan perhatian terhadap kebutuhan pengguna melalui pelayanan yang responsif, penanganan keluhan yang cepat, serta pemberian solusi yang menguntungkan pengguna. Selain itu, perusahaan juga perlu membangun

hubungan yang lebih baik dengan pengguna melalui komunikasi yang transparan dan pelayanan yang menunjukkan bahwa perusahaan benar-benar mengutamakan kepentingan serta kenyamanan pengguna dalam menggunakan layanan *GoPayLater*.

4. Penelitian ini yang hanya menggunakan variabel kemudahan penggunaan, kelengkapan fitur, dan kepercayaan dalam menjelaskan minat penggunaan, maka peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat penggunaan, seperti persepsi risiko, literasi keuangan, promosi digital, dan sebagainya. Selain itu, peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat memperluas jumlah responden serta cakupan wilayah penelitian agar hasil penelitian menjadi lebih representatif dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih luas.