



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “PENGARUH PENGGUNAAN KARTU KREDIT DIBANDINGKAN DENGAN *MOBILE PAYMENT* DALAM KENYAMANAN DAN *WILLINGNESS TO PAY* DI *DEPARTMENT STORE*” menyatakan bahwa:

- a. *Payment Form* (Kartu Kredit) berpengaruh positif terhadap *Convenience* (Kartu Kredit).
- b. *Convenience* (Kartu Kredit) berpengaruh negatif terhadap *Willingness To Pay* (Kartu Kredit).
- c. *Payment Form* (Kartu Kredit) berpengaruh positif terhadap *Willingness To Pay* (Kartu Kredit) tetapi tidak dimediasi oleh *Convenience* (Kartu Kredit) atau *direct only (no mediation)*.
- d. *Payment Form (Mobile Payment)* berpengaruh positif terhadap *Convenience (Mobile Payment)*.
- e. *Convenience (Mobile Payment)* berpengaruh positif terhadap *Willingness To Pay (Mobile Payment)*.
- f. *Payment Form (Mobile Payment)* berpengaruh positif terhadap *Willingness To Pay (Mobile Payment)* dan dimediasi oleh *Convenience (Mobile Payment)* atau *indirect only (full mediation)*.

Semua hasil ini didasari oleh penelitian berdasarkan kuisioner yang telah disebarkan penulis kepada konsumen yang telah bertransaksi menggunakan kartu kredit maupun *mobile payment* di STAR Department Store dan/atau Matahari Department Store dan/atau AEON Department Store.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan kartu kredit yang berdampak cukup besar bagi kenyamanan dalam membayar (H1) tetapi kenyamanan dalam membayar memiliki pengaruh negatif terhadap *willingness to pay* (H2). Setelah dilakukan perhitungan *bootstrapping* diketahui bahwa nilai *T Statistic* untuk variabel *payment form* dengan *willingness to pay* berada di angka 3,048 (*significant*) sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh penggunaan kartu kredit terhadap *Willingness to pay* tidak dimediasi oleh kenyamanan dalam membayar (H3) (*direct effect, no mediation*).

Sedangkan terdapat pengaruh penggunaan *mobile payment* yang berdampak cukup besar bagi kenyamanan dalam membayar (H1) dan juga kenyamanan dalam membayar memiliki pengaruh positif terhadap *willingness to pay* (H2). Variabel *payment form* dengan *willingness to pay* memiliki pengaruh yang positif, setelah dilakukan perhitungan *bootstrapping* diketahui bahwa nilai *T Statistic* untuk variabel *payment form* dengan *willingness to pay* berada di angka 0,369 yang menunjukkan pengaruh tidak *significant* sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh penggunaan kartu kredit terhadap *Willingness to pay* dimediasi oleh kenyamanan dalam membayar (H3) (*indirect only, full mediation*).

## 5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian mengenai pengaruh penggunaan kartu kredit maupun *mobile paymet* terhadap kenyamanan dalam membayar dan juga *willingness to pay*, penulis mendapatkan banyak pembelajaran dan informasi mengenai salah satu proses bisnis yaitu metode pembayaran. Kita tahu bahwa di era industri 4.0 dimana semua proses bisnis telah beralih menuju digitalisasi menjadi titik balik bagi berkembangnya semua sektor bisnis yang dapat memanfaatkan teknologi digital tersebut.

### 5.2.1 Saran Untuk Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah penulis lakukan, penulis berharap agar penelitian ini dapat berguna dan memeberikan manfaat bagi perusahaan sebagai pembelajaran bagai mana proses pembayaran dapat berpengaruh terhadap kenyamanan dalam bertansaksi dan juga terhadap *wiliingness to pay*. Berikut ini adalah saran penulis untuk perusahaan:

1. Perusahaan dapat lebih memperhatikan proses pembayaran yang mereka gunakan karena terbukti pada penelitian ini, metode pembayaran berpengaruh cukup besar terhadap kenyamanan bertransaksi konsumen.
2. Perusahaan dapat mempertimbangkan bekerja sama dengan penyedia layanan pembayaran *on-line* atau yang disebut *mobile payment* karena terbukti dalam penelitian ini meningkatkan kenyamanan dalam bertransaksi dan meningkatkan *willingness to pay* konsumen

3. Perusahaan dapat lebih sering bekerja sama dengan rekan mereka yang menyediakan fasilitas metode pembayaran seperti prebankan dan penyedia *mobile payment* untuk dapat saling mempromosikan dan memberikan penawaran menarik bagi konsumen sehingga dapat meningkatkan *willingness to pay* konsumen.

### **5.2.1 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya**

Selain untuk perusahaan, penulis juga memiliki saran untuk penelitian berikutnya. Berikut ini saran penulis untuk penelitian berikutnya:

1. Pada penelitian kali ini pemilihan responden hanya didasari pada jenis kelamin, umur dan mereka yang berbelanja di *department store*. Penulis berharap pada penelitian berikutnya, kriteria responden dapat lebih lengkap seperti jumlah keluarga, pendapatan atau pengeluaran responden perbulan, dan lainnya.
2. Penulis berharap pada penelitian berikutnya cakupan wilayah penelitian dapat diperluas, tidak hanya pada wilayah JABODETABEK saja.
3. Penulis berharap objek penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini dapat diperluas atau menggunakan objek penelitian yang berbeda sehingga akan memperkaya hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh metode pembayaran terhadap kenyamanan membayar dan *willingness to pay* konsumen.