

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Pada hasil analisis data yang dilakukan oleh pihak peneliti, peneliti menemukan beberapa kecocokan dengan model yang digunakan oleh penelitian lain. Penelitian ini menggunakan Analisis Linier Berganda. Dari 4 indikator yang digunakan dalam penelitian ini terdapat 2 indikator yang baik dan memenuhi dari kriteria yang terdapat pada penelitian. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen *perceived risk* dan *attitude* memiliki pengaruh terhadap dependen variabel yaitu *intention to use*. Selain itu, terdapat beberapa variabel independen yang tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen *intention to use*. Diantaranya adalah *perceived usefulness* dan *subjective norm*. Berikut ini penjelasannya :

1. *Perceived Risk* memiliki pengaruh negatif terhadap *intention to use*. Semakin tinggi risiko yang harus dihadapi oleh calon pengguna dalam menggunakan OvoPayLater, maka akan semakin mempengaruhi calon pengguna untuk menggunakan OvoPayLater.
2. *Perceived Usefulness* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *intention to use*. Semakin tinggi manfaat yang diberikan untuk calon pengguna OvoPaylater, maka tidak akan mempengaruhi calon pengguna untuk menggunakan OvoPayLater.
3. *Attitude* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to use*. Hal ini menunjukkan jika perilaku calon pengguna tinggi terhadap OvoPayLater,

maka akan semakin mempengaruhi calon pengguna untuk menggunakan OvoPayLater.

4. *Subjective norm* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *intention to use*. Semakin tinggi pengaruh dari lingkungan sekitar calon pengguna OvoPayLater, Maka tidak akan mempengaruhi calon pengguna untuk menggunakan OvoPayLater.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan analisis hasil penelitian, peneliti berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi kemajuan perusahaan OvoPayLater dan kepada peneliti selanjutnya yang memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan topik PayLater agar mendapatkan hasil yang lebih mendalam dan komprehensif.

### **5.2.1 Saran Bagi Perusahaan**

Berdasarkan dari hasil penelitian, peneliti akan menyampaikan beberapa saran untuk perusahaan OvoPayLater sebagai berikut :

1. Untuk memberikan reminder pada fitur OvoPayLater ini, maka perusahaan OvoPayLater dapat memberikan reminder dengan cara pesan melalui aplikasi. Konsumen diingatkan selalu melalui pesan pop up beberapa hari sebelum mendekati jatuh tempo dari OvoPayLater. Pop up message ini berisikan reminder untuk mengingatkan konsumen bahwa jatuh tempo untuk pembayaran dari OvoPayLaternya. Sehingga konsumen selalu teringat dengan pembayaran OvoPayLaternya dan tidak terkena biaya tambahan karena keterlambatan. Dengan adanya Pop up message ini,

diharapkan konsumen OvoPayLater akan merasa lebih terbantu dan tidak perlu merasa takut untuk menggunakan OvoPayLater.

2. Agar menarik calon pengguna OvoPaylater, dapat memberikan promosi berupa cashback setiap melakukan pembelian menggunakan OvoPayLater ditokopedia. Sehingga menarik minat konsumen untuk menggunakan OvoPaylater dengan adanya promosi berupa cashback tersebut.
3. Agar menarik calon pengguna OvoPayLater, pihak perusahaan dapat memberikan promo berupa penambahan waktu untuk jatuh tempo pembayaran apabila calon pengguna OvoPayLater tertib melakukan pembayaran 5 transaksi tanpa mengalami keterlambatan.
4. Mengedukasi konsumen menjadi OvoPayLater sebagai bagian gaya hidup mereka. Dengan cara mengatakan transaksi sekarang bayar belakangan, dengan begitu konsumen dapat mengatur keuangan mereka. Sehingga konsumen tidak perlu menunda pembelian untuk hal yang penting atau *urgent*.

### **5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya**

Selain untuk perusahaan peneliti juga ingin mengajukan beberapa saran bagi penelitian selanjutnya sebagai berikut :

1. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti merekomendasikan membahas tentang customer satisfaction dari OvoPayLater. Karena dalam penelitian hanya membahas tentang *intention to use* dari calon pengguna OvoPayLater, jadi untuk peneliti selanjutnya bisa mencari tahu bagaimana kepuasan setelah menggunakan OvoPayLater.

2. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti merekomendasikan untuk melakukan penyebaran kuesioner pre-test maupun keseluruhan data dengan menyebarkan kuesioner secara offline. Tujuannya agar hasil penelitian menjadi lebih baik dan representative.
3. Dari hasil uji koef. Determinasi R<sup>2</sup> sebesar 0,104 yang berarti keempat variabel independen *perceived risk*, *perceived usefulness*, *attitude towards* dan *subjective norm* menjelaskan *intention to use* (variabel dependen) sebesar 10,4 angka ini relatif kecil. Terkait hal tersebut, peneliti menyarankan untuk melakukan penelitian dengan menambahkan variabel lain yaitu *effort expectancy* variabel ini merujuk pada penelitian, Madan & Yadav (2017). Dimana *effort expectancy* mengacu pada tingkat kemudahan untuk menggunakan suatu teknologi.