

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh diskon, voucher dan cashback terhadap minat konsumen dalam menggunakan pembayaran elektronik ShopeePay, kesimpulan dalam penelitian ini adalah diskon, voucher dan cashback merupakan strategi sales promotion yang digunakan oleh ShopeePay untuk menarik minat konsumen dalam menggunakan pembayaran elektronik. Penelitian ini membuktikan bahwa dari ketiga variabel dalam penelitian ini cashback merupakan variabel yang dominan berpengaruh secara parsial (individual) terhadap minat konsumen dalam menggunakan pembayaran elektronik ShopeePay.

Secara umum, potongan harga (diskon) memiliki daya tarik bagi konsumen untuk membeli atau menggunakan suatu produk, termasuk besaran potongan yang ditawarkan akan mempengaruhi minat konsumen. Sedangkan voucher yang di sediakan oleh ShopeePay tidak meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan pembayaran elektronik ShopeePay. Hal ini dikarenakan voucher memiliki nilai dan durasi waktu tertentu, sehingga konsumen tidak dapat menikmati promo voucher sesuai keinginan. Selain itu, promo voucher hanya dapat digunakan setelah konsumen melakukan transaksi dengan biaya dalam jumlah tertentu. Berbeda dengan cashback yang dapat digunakan kapanpun tanpa ada durasi waktu tertentu dan dapat digunakan kembali saat ada promo cashback di masa mendatang.

Konsumen cenderung lebih menyukai promo cashback dalam menggunakan pembayaran elektronik ShopeePay. Hal ini dikarenakan cashback memicu repeat order, dengan kata lain konsumen dapat berhemat apabila ingin membeli produk di lain waktu. Dan

hal ini juga memberikan keuntungan bagi penyedia jasa uang elektronik seperti ShopeePay karena konsumen akan berbelanja menggunakan pembayaran elektronik lebih sering untuk menggunakan poin cashback-nya di waktu yang akan datang.

6.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, implikasi dalam penelitian ini adalah :

1. Strategi sales promotion yang diterapkan oleh ShopeePay berupa diskon dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan penjualan. Daya tarik nilai diskon yang ditawarkan akan memberi pilihan pada konsumen dalam menentukan jumlah pembelian.
2. Penerapan voucher cenderung mendidik konsumen untuk kembali membeli produk agar memperoleh potongan harga pada pembelian selanjutnya. Strategi ini dapat meningkatkan pendapatan bagi perusahaan karena konsumen harus mengeluarkan biaya dalam jumlah tertentu untuk dapat mendapatkan voucher.
3. Strategi sales promotion yang diterapkan oleh ShopeePay berupa cashback dapat merangsang minat konsumen untuk berbelanja menggunakan pembayaran elektronik yang disediakan oleh ShopeePay. Melalui fenomena ini, perusahaan ShopeePay dapat meningkatkan pendapatan dengan merancang promosi penjualan melalui cashback. Cashback merupakan promosi penjualan yang tidak hanya menarik minat konsumen diawal tetapi juga merangsang pembelian di waktu yang akan datang apabila konsumen telah membuat keputusan untuk membeli suatu produk sebelumnya.

6.3 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, maka saran yang akan disampaikan dalam penelitian ini adalah pengaruh sales promotion (diskon, voucher dan cashback) terhadap minat konsumen dalam menggunakan pembayaran elektronik ShopeePay hanya variabel voucher yang tidak berpengaruh secara signifikan. Oleh karena itu, perlu penelitian lebih mendalam untuk mencari strategi yang tepat agar konsumen tertarik dengan voucher yang disediakan oleh pembayaran elektronik ShopeePay.

Selain itu, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan dan mempertimbangkan sales promotion lain yang dapat mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan pembayaran elektronik ShopeePay. Misalnya, mencari objek berbeda dengan lebih banyak sampel. Populasi penelitian adalah responden yang berdomisili di Indonesia, namun pengambilan sampel belum optimal karena sebaran asal responden masih kurang profesional. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya yang menggunakan responden yang sama dengan penelitian ini sebaiknya dilakukan penelitian yang mampu melibatkan responden dari berbagai daerah yang lebih beragam untuk mendapatkan hasil yang lebih menggambarkan populasi secara keseluruhan.