

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Faktor Kemudahan, Kepercayaan Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Media Digital Gopay Sebagai Alat Pemabayaran maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan karakteristik responden, yaitu reponden yang berjumlah 90 orang reponden diketahui bahwa mayoritas pengguna *Gopay* sebagai alat pembayaran adalah berjenis kelamin perempuan. Rata-rata responden berusia 20 tahun. Tingkat pengeluaran mayoritas pengguna *Gopay* adalah antara Rp 500.000 – Rp 1,000.000. Dan lama waktu penggunaannya adalah 2 bulan – 5 bulan.
2. Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh hasil bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan sebesar $0,000 < 0,005$ dan variabel kemanfaatan memiliki pengaruh signifikan sebesar $0,025 < 0,005$ serta berpengaruh positif terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Media Digital *Gopay* Sebagai Alat Pembayaran. Sedangkan variabel kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan sebesar $0,119 < 0,05$.
3. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa transaksi dengan menggunakan media digital *Gopay* dapat memberikan kemudahan sesuai

dengan firman Allah dalam Q.S al-Baqarah ayat 185, transaksi dengan menggunakan media digital *Gopay* dapat saling percaya sesuai dengan firman Allah dalam Q.S Al-Anfal ayat 27, transaksi dengan menggunakan media digital *Gopay* dapat memberikan manfaat sesuai dengan firman Allah Q.S Al-Isra ayat 26-27.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa peneliti menyadari masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran agar mendapatkan gambaran sebagai bahan pertimbangan untuk peneliti selanjutnya terkait dengan penelitian yang serupa. Maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah jumlah sampel agar dapat mencakup pengguna *Gopay* dan memilih tempat lain untuk lokasi penelitiannya sehingga jangkauannya dapat lebih luas.
2. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah variabel independen lainnya selain faktor kemudahan, kepercayaan dan kemanfaatan yang akan mempengaruhi variabel keputusan konsumen dalam menggunakan *Gopay*.