

BAB 4

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan kepada responden yang pernah menggunakan layanan dompet digital Gopay yang berdomisili di Bandung Raya, sebagian besar adalah responden laki - laki serta mayoritas dari total responden yang terkumpul berusia 9-24 tahun atau merupakan Gen Z. sebagian besar dari total responden yang terkumpul merupakan mahasiswa dan pernah menggunakan layanan dompet digital Gopay. Berdasarkan uji-uji yang telah dilakukan dalam penelitian ini, hasil yang didapatkan dari uji korelasional *Spearman Rho* menunjukkan pengalaman konsumen memiliki hubungan yang cukup kuat terhadap minat pembelian kembali layanan dompet. Uji korelasional *Spearman Rho* dilakukan karena hasil yang didapat pada uji normalitas menunjukkan indikasi data yang tidak terdistribusi secara normal. Dari hasil uji korelasional *Spearman Rho* dan koefisien determinasi, menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dari pengalaman konsumen terhadap minat penggunaan kembali. Salah satu faktor dari pengalaman konsumen yang memiliki hubungan secara signifikan dan kuat adalah *Store Offerings* atau penawaran-penawaran yang disediakan oleh penyedia produk atau jasa, sehingga dapat dikatakan bahwa *Store Offerings* memiliki hubungan dan berpengaruh secara positif terhadap minat penggunaan kembali dompet digital Gopay.

4.2 Saran

Berdasarkan penjabaran dari hasil penelitian dan juga kesimpulan yang didapat sehubungan dengan hubungan pengalaman konsumen dengan minat penggunaan kembali pada layanan dompet digital Gopay di Bandung Raya, dengan ini peneliti memberikan saran-saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi perusahaan Gojek sebagai penyedia layanan dompet digital Gopay, yaitu Perlu adanya peningkatan pengalaman pelanggan oleh pihak Gojek pada layanan dompet digital Gopay mereka agar pelanggan bisa mendapatkan pengalaman yang menarik dan menyenangkan ketika menggunakan layanan dompet digital Gopay saat melakukan transaksi. Pengalaman konsumen perlu ditingkatkan karena berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan, jika pengalaman konsumen meningkat, maka minat penggunaan kembali juga akan ikut meningkat. Gopay dapat meningkatkan minat penggunaan kembali dengan cara memperbaiki pengalaman konsumen, seperti

1. Membuat program loyalitas misal dengan point. Point yang didapat dan terkumpul oleh pengguna Gopay pada saat melakukan transaksi menggunakan dompet digital Gopay bisa ditukar dengan hadiah tertentu yang disediakan oleh Gopay, contohnya yaitu voucher diskon, gratis saldo Gopay, voucher untuk layanan Gojek lainnya.
2. Gojek dapat mengadakan promo diskon potongan harga atau cashback menggunakan Gopay yang berlaku selama dengan waktu yang ditentukan atau jumlah tertentu. Waktu yang ditentukan juga disarankan pada tanggal tertentu dan pada jam tertentu.

3. Gojek dapat bekerja sama dengan pedagang kecil, UMKM kecil dengan memberikan promo diskon, potongan harga, dan promo lainnya untuk waktu yang terbatas bagi usaha-usahan kecil atau UMKM yang pertama kali menyediakan Gopay sebagai salah satu metode pembayaran sehingga mereka mau menyediakan pembayaran menggunakan Gopay.
4. Saran untuk penelitian selanjutnya, calon peneliti dapat secara khusus melakukan penelitian dengan kajian penelitian komparatif, membandingkan antara dompet digital Gopay, Shopeepay, dan OVO serta dilakukan dengan memperhatikan faktor-faktor seperti kualitas layanan, kemudahan penggunaan, efektifitas dan efisiensi. Penelitian selanjutnya juga dapat melakukan penelitian mengenai kualitas dompet digital Gopay, OVO atau Shopeepay dari sudut pandang *merchant* yang menyediakan metode pembayaran dompet digital tersebut.

4.3 Implikasi

Berdasarkan saran-saran yang telah peneliti berikan diatas, implikasi yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Pihak Gojek akan mendapatkan semakin banyak pengguna yang menggunakan Gopay kembali dan pengguna baru yang menggunakan Gopay, serta transaksi menggunakan Gopay akan meningkat daripada sebelumnya dikarenakan banyak orang yang ingin menggunakan Gopay untuk bertransaksi dan mengumpulkan point yang didapat dari transaksi

tersebut, sehingga bisa ditukarkan dengan hadiah-hadiah tertentu seperti voucher diskon, gratis saldo Gopay, dan lainnya.

2. Dengan adanya pengadaan promo diskon atau cashback khusus dengan waktu terbatas dan jumlah terbatas, pihak Gojek dapat kembali memperkirakan finansial perusahaan dengan baik dan dapat meminimalisir kerugian.
3. Pihak Gojek dapat mengevaluasi dan membandingkan kualitas layanan, kemudahan penggunaan, efektifitas dan efisiensi dompet digital Gopay dengan melihat kompetitornya yaitu OVO dan Shopeepay dan juga dari pihak *merchant* yang menyediakan pembayaran Gopay

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, M., Farida, N., & Listyorini, S. (2015). Pengaruh Perceived Value dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention Melalui Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening Smartphone Samsung Galaxy Series. *Diponegoro Journal of Social and Political of Science*.
- Ashu, K., Gaur, L., & Singh, G. (2021, March 17). Impact of customer experience on attitude and repurchase intention in online grocery retailing: A moderation mechanism of value Co-creation. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Barbu, C. M., Florea, D. L., Dabija, D. C., & Răzvan Barbu, M. C. (2021, April 30). Customer Experience in Fintech. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*.
- Basuki, A. T. (2015). *ANALISIS STATISTIK DENGAN SPSS*. Danisa Media.
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2016). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis (Dilengkapi Aplikasi SPSS & EVIEWS)*. Rajagrafindo Persada.
- Choi, Y., & Sun, L. (2016, Februari 4). Reuse Intention of Third-Party Online Payments: A Focus on the Sustainable Factors of Alipay.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., . . . Istiqomah, R. R. (2020). *METODE PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF*. Pustaka Ilmu Yogyakarta.
- Hasan, I. (2008). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (3 ed.). Bumi Aksara.
- Hendri, & Setiawan, R. (2017). PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN KOMPENSASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI PT. SAMUDRA BAHARI UTAMA. 5(1).
- Ladkoom, K., & Thanaspoon, B. (2020). *Factors Influencing Reuse Intention of e-Payment in Thailand: A Case Study of PromptPay, 1*.
- Lin, C., & Lekhawipat, W. (2014, November 4). Factors affecting online repurchase intention. *Industrial Management & Data Systems*, 114(4).
- Mat Daud, K. A., Khidzir, N. Z., Ismail, A. R., & Abdullah, F. A. (2018). Validity and reliability of instrument to measure social media skills among small and

- medium entrepreneurs at Pengkalan Datu River. *International Journal of Development and Sustainability*, 7(3).
- Nanincova, N. (2019). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN NOACH CAFE AND BISTRO. 7(2).
- Nguyen, L., Nguyen, T. H., & Tan, T. K. (2020, Desember 14). An Empirical Study of Customers' Satisfaction and Repurchase Intention. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*.
- Nilsson, J., & Wall, O. (2017). Online customer experience, satisfaction and repurchase intention for online clothing retailing.
- Nuryadi, Asuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *DASAR - DASAR STATISTIK PENELITIAN*. SIBUKU MEDIA.
- Priyono. (2008). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Zifatama Publishing.
- Radjab, E., & Jam'an, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis* (1 ed.). Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Sugiyono. (2007). *STATISTIKA UNTUK PENELITIAN*. Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2015). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*. Alfabeta Bandung.
- Wolny, J., & Charoensuksai, N. (2014). Mapping customer journeys in multichannel decision-making. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 15.

DAFTAR WEBSITE

- Aria, P. (2018, Juni 29). *14 Toko Online Terima Pembayaran dengan Go-Pay*. Diambil kembali dari [katadata.co.id: https://katadata.co.id/pingitaria/digital/5e9a55e5a9e38/14-toko-online-terima-pembayaran-dengan-go-pay](https://katadata.co.id/pingitaria/digital/5e9a55e5a9e38/14-toko-online-terima-pembayaran-dengan-go-pay)
- Burhan, F. A. (2020, November). *Transaksi Gojek Tumbuh 10% & Gopay Naik 2 Kali Lipat di Masa Pandemi*. Diambil kembali dari <https://katadata.co.id/yuliawati/digital/5fad26a3c2db7/transaksi-gojek-tumbuh-10-gopay-naik-2-kali-lipat-di-masa-pandemi>
- Devita, V. D. (2019). *Siapa Aplikasi E-wallet dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia?* Diambil kembali dari <https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>
- Gojek. (2022). *Products*. Diambil kembali dari [Products: https://www.gojek.com/en-id/products/](https://www.gojek.com/en-id/products/)
- Gojek. (2022). *We are committed to your safety and security*. Diambil kembali dari <https://www.gojek.com/aman/>
- Gojek. (2022). *What is Gopay?* Diambil kembali dari <https://www.gojek.com/help/gopay/apa-itu-go-pay/>
- Gopay. (2022, Januari 14). *Transaksi Aman Bebas Khawatir dengan GoPay*. Diambil kembali dari [gopay.co.id: https://gopay.co.id/id/blog/transaksi-aman-bebas-khawatir-dengan-gopay](https://gopay.co.id/id/blog/transaksi-aman-bebas-khawatir-dengan-gopay)
- Maulida, R. (2019, November 23). *Fintech: Pengertian, Jenis, Hingga Regulasinya di Indonesia*. Diambil kembali dari <https://www.online-pajak.com/tentang-pajak-pribadi/fintech>
- Ramadhanny, F. (2021, Agustus 20). *Melihat Lagi Teknologi Gojek Shield yang Deteksi Aplikasi Illegal*. Diambil kembali dari <https://inet.detik.com/mobile-apps/d-5689585/melihat-lagi-teknologi-gojek-shield-yang-deteksi-aplikasi-ilegal#:~:text=Gojek%20SHIELD%20terdiri%20dari%20teknologi,24%20jam%20dalam%20memberikan%20pertolongan.>
- Riyanto, G. P. (2021, Oktober 9). *Gopay Gantikan OVO di Halaman Muka Tokopedia*. Diambil kembali dari [Kompas.com:](https://www.kompas.com)

<https://tekno.kompas.com/read/2021/10/09/10100057/gopay-gantikan-ovo-di-halaman-muka-tokopedia?page=all>

Sebayang, R. (2019, Januari 24). *Siapa di Balik Kejayaan OVO dan Gopay?* Diambil kembali dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190124081802-37-52117/siapa-di-balik-kejayaan-ovo-dan-gopay>

Ulfiana, A. D. (2019, November 4). *Perjalanan Dompot Digital OVO Menyabet Status Unicorn.* Diambil kembali dari [katadata.co.id: https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/digital/5e9a4e55a3444/perjalanan-dompot-digital-ovo-menyabet-status-unicorn](https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/digital/5e9a4e55a3444/perjalanan-dompot-digital-ovo-menyabet-status-unicorn)

Yudhistira, A. W. (2019, April 6). *Ini Alasan Tak Semua Mau Pakai Layanan Finansial Digital.* Diambil kembali dari [katadata.co.id: https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/5e9a51a854f95/ini-alasan-tak-semua-mau-pakai-layanan-finansial-digital](https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/5e9a51a854f95/ini-alasan-tak-semua-mau-pakai-layanan-finansial-digital)