

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian teori dan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan Regresi Linear Sederhana mengenai pengaruh *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* (studi pada pengguna ShopeePay di Indonesia) dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Gambaran mengenai *perceived usefulness* dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri dari 1) *work more quickly*, 2) *effectiveness*, 3) *make job easier*, dan 4) *useful* berada pada kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi pengguna ShopeePay pada *followers* Instagram dapat dikatakan baik secara keseluruhan. Dimensi yang memperoleh skor paling tinggi yaitu dimensi *make job easier*, sedangkan dimensi dengan perolehan skor paling rendah yaitu *effectiveness*.
2. Gambaran *continuance intention* dapat dilihat dari dimensi-dimensinya, yaitu 1) *perceived usefulness*, 2) *perceived benefit*, 3) *attitude*, 4) *trust*, dan 5) *satisfaction*. Semua dimensi menunjukkan bahwa *continuance intention* berada pada kategori baik. Dimensi yang memperoleh skor paling tinggi yaitu *trust*, dan yang memperoleh skor terendah adalah dimensi *attitude*.
3. *Perceived usefulness* memiliki pengaruh terhadap *continuance intention* pada pengguna ShopeePay di Indonesia. Tingkat korelasi yang dihasilkan cukup tinggi dengan koefisien determinasi sebesar 0,537. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *perceived usefulness* yang diciptakan oleh ShopeePay, maka akan semakin baik pula *continuance intention* yang diterima oleh pengguna ShopeePay.

5.2. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai pengaruh *perceived usefulness* terhadap *continuance intention*, yaitu:

1. Indikator dari variabel *perceived usefulness* yang paling rendah tingkatannya adalah *effectiveness*. Layanan *mobile payment* khususnya ShopeePay harus mampu mempertahankan atau bahkan menambah kinerja layanannya agar lebih efektif di mata konsumen. Beberapa strategi yang dapat dilakukan oleh ShopeePay untuk meningkatkan keefektivitasan yaitu yang pertama kenali para pengguna dengan lebih baik dan juga melakukan promosi pada pasar yang tepat.
2. Indikator dari variabel *continuance intention* yang mendapatkan tingkatan paling rendah yaitu *attitude*. Dalam meningkatkan perasaan atau nilai positif dalam diri pengguna diperlukan pengembangan strategi dan juga layanan dari layanan *mobile payment* ShopeePay. ShopeePay dengan layanannya yang sudah sangat baik mampu meningkatkan lebih baik lagi di bagian kecepatan transaksi, menjaga informasi para pengguna, serta layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna selama ini. Sehingga dengan dioptimalkannya pengembangan pada bidang-bidang tersebut diharapkan mampu menumbuhkan perasaan atau nilai positif bagi para pengguna.
3. Hasil penelitian menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *continuance intention*, dengan demikian penulis merekomendasikan supaya layanan ShopeePay tetap menjaga, mempertahankan, mengawasi, dan berupaya untuk selalu meningkatkan *perceived usefulness* guna menunjang kemajuan layanan ShopeePay terutama pada bidang keamanan data para pengguna.