

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan penggunaan gopay pada mahasiswa program studi D4 Telekomunikasi Politeknik Negeri Sriwijaya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji regresi secara parsial $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai sign. ($\alpha < 0,05$) hal ini menunjukkan variabel harga dan promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan. Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan dengan nilai signifikan sebesar $0,024 < 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,348 > 2,024$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh dalam keputusan pengguna dalam menggunakan ulang gopay.
2. Berdasarkan hasil uji regresi secara parsial (Uji T) dapat diketahui bahwa variabel promosi adalah variabel yang paling dominan dalam menentukan keputusan penggunaan ulang dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,163 > 2,024$). Hal ini menunjukkan variabel promosi (X_2) mempunyai pengaruh yang paling kuat dibandingkan variabel harga sehingga variabel promosi mempunyai pengaruh yang lebih besar terhadap variabel keputusan penggunaan.
3. Berdasarkan hasil uji regresi secara simultan dapat ditunjukkan pengaruh signifikan secara bersama-sama antara variabel harga (X_1) dan promosi (X_2) terhadap variabel keputusan penggunaan (Y), dengan hasil perhitungan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($50,385 > 3,24$) dengan nilai signifikan sebesar $0,05$ atau 5% . Hal ini menunjukkan bahwa pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh secara bersama variabel bebas

terhadap variabel keputusan penggunaan dapat diterima. Nilai koefisien determinasi yang di sesuaikan (*Adjusted R Square*) menunjukkan bahwa variabel independen yang digunakan mempengaruhi variabel dependen sebesar sebesar 0,717 atau 71,7%. sedangkan sisanya sebesar 28,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan, maka saran yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan penggunaan maka harga dengan menggunakan GoPay sebaiknya tetap lebih rendah dibandingkan pembayaran dengan tunai, serta meningkatkan frekuensi adanya potongan harga pada pengguna GoPay.
2. Untuk meningkatkan promosi pada GoPay dapat dilakukan dengan membuat iklan di media sosial mengenai gopay dengan promosi yang menarik dan meningkatkan pelayanan pada fitur lainnya seperti pembayaran via merchant, GoMart, GoRide sehingga menarik konsumen untuk menggunakan GoPay.
3. Untuk meningkatkan keputusan penggunaan konsumen pada fitur gopay di aplikasi gojek perusahaan hendaknya mengendalikan harga yang diberikan dan mengoptimalkan promosi yang dilakukan.