

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

1. Analisis deskriptif, diperoleh informasi mengenai karakteristik responden yang terdiri dari konsumen yang menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran di Mall Lippo Plaza Kupang. Responden terdiri dari berbagai kalangan usia, dan pekerjaan dengan total sebanyak 90 orang. Variabel-variabel yang dianalisis, seperti kemudahan, keamanan, dan promosi yang menunjukkan variasi dalam pandangan responden yang signifikan. Rata-rata nilai untuk setiap variabel menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pandangan positif terhadap variabel kemudahan, keamanan dan promosi.
2. Hasil Uji t menunjukkan bahwa variabel kemudahan, keamanan dan Promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran di Mall Lippo Plaza Kupang. Nilai t hitung untuk masing-masing variabel (Persepsi kemudahan 10,256, keamanan 8,545, dan promosi 11,152) lebih besar dari t tabel (1,987), dengan nilai signifikansi di bawah 0,05. Sehingga dapat dikatakan kemudahan, keamanan, dan promosi, secara parsial, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran di Mall Lippo Plaza Kupang. Ini berarti bahwa masing-masing variabel ini (kemudahan,

keamanan, dan promosi) secara individu berperan penting dalam mempengaruhi apakah konsumen memilih untuk menggunakan QRIS.

3. Hasil Uji F menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yaitu, kemudahan, keamanan dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai alat transaksi di Mall Lippo Plaza Kupang. Uji F hitung memiliki nilai sebesar 47.349 lebih besar dari F tabel yaitu (2,71) dengan nilai signifikan 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan promosi secara bersama-sama juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan QRIS. Ini mengindikasikan bahwa kombinasi dari ketiga faktor ini memiliki dampak kumulatif terhadap adopsi QRIS di kalangan konsumen.

6.2 Saran

1. Untuk Konsumen diharapkan untuk terus memanfaatkan kemudahan yang ditawarkan oleh QRIS dalam setiap transaksi, dengan memanfaatkan fitur-fitur yang memudahkan, konsumen dapat menghemat waktu dan tenaga dalam bertransaksi. Tidak hanya itu, Konsumen juga perlu meningkatkan kesadaran akan fitur-fitur keamanan yang ada pada QRIS. Edukasi diri mengenai cara melindungi informasi pribadi dan bertransaksi dengan aman menggunakan QRIS adalah hal yang penting, dan Konsumen diharapkan untuk lebih responsif terhadap promosi-promosi yang ditawarkan terkait penggunaan QRIS. Memanfaatkan promosi dapat memberikan nilai tambah dalam setiap transaksi yang dilakukan.

2. Untuk peneliti, disarankan untuk memperluas cakupan variabel atau menggunakan metode penelitian yang berbeda untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan QRIS. Dan melakukan penelitian di tempat atau wilayah lain, agar hasil penelitian ini dapat diperluas dan diperdalam lagi sehingga dapat memberikan kajian yang lebih komprehensif.
3. Untuk pihak Mall Lippo Plaza Kupang atau penyedia QRIS perlu terus meningkatkan dan mempertahankan kemudahan penggunaan QRIS. Hal ini dapat dilakukan dengan memastikan sistem QRIS selalu handal, mudah diakses, dan cepat dalam memproses transaksi. Pihak Mall Lippo Plaza Kupang atau penyedia QRIS tidak boleh mengabaikan aspek keamanan. Karena Investasi dalam teknologi keamanan yang canggih dan edukasi konsumen tentang keamanan transaksi QRIS adalah hal yang krusial untuk membangun kepercayaan jangka panjang, dan pihak Mall Lippo Plaza Kupang atau penyedia QRIS juga perlu terus melakukan promosi yang menarik dan efektif untuk mendorong penggunaan QRIS. Promosi dapat berupa diskon, cashback, atau program loyalitas yang memberikan nilai tambah bagi konsumen.