

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* ShopeePay Sebagai Alat Transaksi Digital Pada Mahasiswa S1 Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2019-2022 IAIN Kediri”, maka terdapat pembahasan yang disimpulkan dalam beberapa hal sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis variabel gaya hidup, gaya hidup pada mahasiswa S1 Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2019-2022 dinilai memenuhi syarat sebagai seorang individu dalam memutuskan untuk menggunakan *e-wallet* ShopeePay. Hal tersebut dilihat dari nilai rata-rata yaitu 34,60 dengan rentang skala diantara 32 sampai 37 yang termasuk dalam kategori sedang/cukup.
2. Berdasarkan hasil analisis variabel persepsi, persepsi pada mahasiswa S1 Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2019-2022 dinilai memenuhi syarat sebagai seorang individu dalam memutuskan untuk menggunakan *e-wallet* ShopeePay. Hal tersebut dilihat dari nilai rata-rata yaitu 34,61 dengan rentang skala diantara 32 sampai 37 yang termasuk dalam kategori sedang/cukup.
3. Berdasarkan hasil analisis variabel keputusan penggunaan bahwa dinilai memenuhi syarat sebagai seorang individu dalam memutuskan untuk menggunakan *e-wallet* ShopeePay. Dengan demikian, dapat

disimpulkan bahwa mahasiswa S1 Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2019-2022 IAIN Kediri merasa cukup puas dalam penggunaan *e-wallet* ShopeePay sebagai pilihan alat transaksi digital. Hal tersebut dilihat dari nilai rata-rata yaitu 55,45 dengan rentang skala diantara 52 sampai 59 yang termasuk dalam kategori sedang/cukup.

4. Berdasarkan hasil analisis variabel gaya hidup (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil pada uji T, nilai signifikansi yaitu $0,001 < 0,05$. Kemudian pada t tabel bahwa memiliki nilai sebesar 1,971 dengan nilai t hitung adalah 3,311. Artinya ($3,311 > 1,971$) nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Gaya hidup mahasiswa cukup tinggi atau sering dalam menggunakan ShopeePay sebagai alat pembayaran digital sehingga mahasiswa percaya untuk menggunakan ShopeePay tersebut untuk digunakan dalam mendukung kebutuhan dan kegiatan sehari-hari.
5. Berdasarkan hasil analisis variabel persepsi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil pada uji T, nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Kemudian pada t tabel bahwa memiliki nilai sebesar 1,971 dengan nilai t hitung adalah 9,098. Artinya ($9,098 > 1,971$) nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Persepsi menjadi hal penting dalam seseorang memutuskan penggunaan suatu produk. Semakin baik persepsi mahasiswa mengenai kemudahan, keamanan dan kualitas dll

dari *e-wallet* ShopeePay maka juga akan semakin tinggi mahasiswa tertarik untuk melakukan penggunaan ShopeePay tersebut.

6. Berdasarkan hasil analisis variabel gaya hidup (X1) dan persepsi (X2) secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y). Hal ini dibuktikan pada uji F, nilai F hitung adalah 127,352 dan nilai F tabel adalah 3,04 sehingga nilai F hitung > F tabel ($127,352 > 3,04$) dan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Dan koefisien determinasi variabel keputusan penggunaan dipengaruhi secara signifikan oleh variabel gaya hidup dan persepsi dengan nilai sebesar 54,6% dan sisanya 45,4% dipengaruhi oleh faktor lain. Semakin tinggi gaya hidup dan persepsi mahasiswa sebagai konsumen dalam menyikapi adanya *e-wallet* ShopeePay sebagai alat transaksi digital maka mahasiswa akan tertarik dan ingin menggunakan ShopeePay.

B. Saran

Penulis menyadari masih terdapat keterbatasan dalam pelaksanaan penelitian ini. Namun dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berbagai pihak. Berdasarkan hasil penelitian terdapat hal-hal yang perlu diperhatikan lebih lanjut diantaranya:

1. Pihak Perusahaan

Untuk masukan pada pihak perusahaan terkait, dapat selalu memperhatikan dan mempertimbangkan mengenai perilaku konsumen terutama gaya hidup dan persepsi dalam memberikan pelayanan

terhadap ShopeePay sehingga konsumen tidak ragu dan yakin untuk tertarik dalam menggunakan *e-wallet* ShopeePay.

2. Pengguna *E-Wallet* ShopeePay

Disarankan untuk selalu mawas diri dengan senantiasa lebih cermat dalam penggunaan *e-wallet* sehingga uang yang dipergunakan tidak terbuang sia-sia khususnya adanya gaya hidup perlu adanya pembatasan pada diri.

3. Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, dapat memperbanyak referensi di dalam penelitian seperti buku, jurnal, penelitian terdahulu dan lain-lainnya. Selain itu, dapat menambahkan variabel baru dengan studi kasus yang berbeda contohnya penggunaan merek lain dengan cakupan di luar mahasiswa, rentang usia tertentu, latar belakang pendidikan dll sehingga dapat memperluas jangkauan penelitian dan menarik untuk diteliti di kemudian hari.