**BAB V**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

1. **Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti pada Bab IV, maka peneliti menarik beberapa kesimpulan yang menjawab batasan masalah dan tujuan penelitian pada bab I sebagai berikut:

1. Iklan berpengaruh positif terhadap minat memakai ulang layanan GO-PAY.
2. Promosi penjualan berpengaruh positif terhadap minat memakai ulang layanan GO-PAY.
3. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat memakai ulang layanan GO-PAY.
4. **Saran**

Berdasarkan pada kesimpulan serta hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti pada Bab IV, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan GO-PAY

Dari hasil penelitian diketahui bahwa iklan, promosi penjualan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat memakai ulang layanan GO-PAY. Maka diharapkan Perusahaan GO-PAY (PT. Dompet Anak Bangsa) dapat selalu meningkatkan, mengembangkan, dan mempertahankan iklan, promosi penjualan serta persepsi kemudahan penggunaan agar minat memakai ulang layanan GO-PAY semakin tinggi.

Perusahaan sebaiknya dapat terus menampilkan iklan yang kreatif dan inovatif agar dapat menarik perhatian dan selalu diingat oleh pengguna layanan. Selain iklan, Perusahaan sebaiknya terus meningkatkan promosi penjualan dengan memastikan frekuensi dan jumlah promosi penjualan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Selain itu, Perusahaan sebaiknya dapat terus berinovasi untuk meningkatkan kemudahan dan fleksibilitas dalam menggunakan aplikasi untuk mencari kebutuhan pengguna, melakukan top-up saldo serta bertransaksi.

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian yang akan datang diharapkan dapat dilakukan dengan lebih kompleks dan lebih baik lagi. Penelitian ini menggunakan variabel minat memakai ulang, iklan, promosi penjualan, dan persepsi kemudahan penggunaan. Dalam penelitian yang akan datang diharapkan dapat menambah variabel lain, baik variabel intervening, variabel independen, maupun variabel dependen, seperti *brand acceptance*, loyalitas, dan *brand trust* sehingga dapat menghasilkan penelitian baru yang dapat dipelajari oleh banyak orang. Selain itu, penelitian yang akan datang diharapkan dapat menjelaskan lebih rinci mengenai kategori umur dalam mempengaruhi skor jawaban responden di setiap variabel.

Dalam penelitian selanjutnya, juga diharapkan untuk mencantumkan pertanyaan tambahan di kuesioner untuk mengetahui pernah atau tidaknya responden menggunakan layanan GO-PAY untuk minimal tiga hal, seperti GO-JEK, GO-FOOD, dan rekan usaha *offline* GO-PAY sebagai kriteria sampel responden.