

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penilaian terhadap 12 unsur *digital payment* menunjukkan total skor 1845 dengan kategori “Baik”, di mana aspek dengan skor tertinggi adalah kompatibilitas perangkat, kecepatan transaksi, dan frekuensi penggunaan, yang menandakan bahwa kemudahan, fleksibilitas, serta kebiasaan pengguna menjadi faktor utama dalam adopsi layanan ini; sementara itu, skor terendah terdapat pada unsur tidak memerlukan keahlian khusus, minim risiko penipuan, dan perlindungan privasi data, yang mengindikasikan bahwa meskipun layanan sudah memuaskan, masih diperlukan peningkatan pada sisi keamanan, perlindungan data, dan aksesibilitas agar kepercayaan dan jangkauan pengguna semakin optimal.
2. Tingkat loyalitas anggota sebagai konsumen di Unit Cicendomart berada pada kategori positif, meskipun belum optimal. Unsur dengan skor tertinggi adalah Produk Memiliki Kualitas yang Baik, Masih terdapat tantangan dalam mempertahankan pelanggan agar tetap setia dan mencegah perpindahan ke pesaing. Strategi peningkatan loyalitas difokuskan pada penguatan ikatan emosional pelanggan, pemberian manfaat eksklusif, serta program retensi yang efektif.
3. Berdasarkan hasil analisis maka dapat disimpulkan bahwa Pembayaran Digital

Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Anggota, artinya semakin tinggi tingkat pembayaran digital dilakukan, maka loyalitas anggota semakin meningkat. Nilai R Square 0,200 bermakna bahwa pembayaran digital payment mempengaruhi loyalitas anggota sebesar 20% sedangkan sisanya 80% dipengaruhi oleh faktor- faktor lain.

4. Peningkatan kualitas layanan digital dengan cara terus memperbarui sistem QRIS dan e-wallet agar tidak mengalami gangguan teknis serta memperluas kerja sama dengan berbagai platform pembayaran digital guna memberikan pilihan yang lebih beragam kepada pelanggan. Peningkatan pengalaman pelanggan juga menjadi aspek yang penting, misalnya dengan menghadirkan pelayanan kasir yang ramah, cepat, dan informatif untuk menciptakan kenyamanan dalam berbelanja. Promosi internal perlu ditingkatkan melalui sosialisasi yang berkelanjutan kepada anggota mengenai kemudahan dan manfaat dari penggunaan sistem pembayaran digital.

5.2. Saran - Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran teoritis dan praktis yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

5.2.1. Teoritis

1. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar objek penelitian diperluas tidak hanya terbatas pada Cicendomart, namun juga ke unit usaha koperasi lain atau minimarket sejenis di lingkungan rumah sakit. Selain itu, penelitian juga dapat menambahkan variabel lain seperti kualitas layanan, kepuasan pelanggan, promosi digital, atau kemudahan akses, guna memberikan gambaran yang lebih

komprehensif terhadap faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan.’

2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar acuan dalam kegiatan akademik khususnya di bidang pemasaran, ekonomi digital, dan perilaku konsumen. Temuan ini dapat memberikan kontribusi teoritis dalam memahami bagaimana penerapan pembayaran digital memengaruhi loyalitas pelanggan di sektor koperasi, serta dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa dengan pendekatan atau metode yang berbeda.

5.2.2. Praktis

1. Untuk meningkatkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan, Cicendomart Koperasi RS Mata Cicendo disarankan untuk terus mengembangkan sistem pembayaran digital yang mudah digunakan, aman, dan nyaman sehingga dapat memberikan pengalaman transaksi yang positif dan mendorong pelanggan untuk tetap berbelanja di Cicendomart.
2. Diperlukan edukasi dan sosialisasi yang lebih luas kepada pelanggan, terutama bagi mereka yang belum terbiasa menggunakan sistem pembayaran digital yang bertujuan agar seluruh anggota koperasi maupun pelanggan umum merasa nyaman dan percaya menggunakan metode pembayaran digital yang tersedia.
3. Penelitian ini juga memberikan manfaat praktis bagi pengelola koperasi dan pelaku usaha ritel, terutama dalam menyusun strategi bisnis berbasis digital. Temuan ini dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan kualitas layanan transaksi digital, dengan tujuan membangun loyalitas pelanggan yang kuat dan meningkatkan daya saing usaha koperasi dalam menghadapi era digitalisasi yang semakin pesat.