

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data yang dilakukan dari bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan dari penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan online, promosi penjualan, dan persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan E-Wallet OVO pada mahasiswa FEB Universitas Nasional adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan online berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan E-Wallet OVO pada mahasiswa FEB Universitas Nasional. Jika semakin baik kualitas pelayanan online, maka akan semakin berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.
2. Promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan E-Wallet OVO pada mahasiswa FEB Universitas Nasional. Jika semakin baik promosi penjualan, maka akan semakin berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.
3. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan E-Wallet OVO pada mahasiswa FEB Universitas Nasional. Jika semakin baik persepsi kemudahan, maka akan semakin berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.
4. Promosi Penjualan menjadi variabel yang paling besar kontribusinya terhadap keputusan penggunaan E-Wallet OVO pada Mahasiswa FEB Universitas Nasional, yang diikuti variabel persepsi kemudahan dan kualitas pelayanan online.

## B. Saran

Berdasarkan analisis, pembahasan, dan kesimpulan yang dilakukan dalam penelitian ini, maka penulis akan memberikan saran yang dapat menjadi pertimbangan di masa yang akan datang:

1. Berdasarkan hasil penelitian, variabel kualitas pelayanan online dengan indikator ketanggapan perlu ditingkatkan kembali dengan memberikan respon lebih cepat kepada pelanggan atas keluhan saat bertransaksi, dan menggunakan aplikasi agar pelanggan merasa puas saat bertransaksi di E-Wallet OVO. Dengan cara Call Center OVO lebih siaga untuk memberikan respon. Maka dari itu, pelayanan yang diberikan kepada pelanggan harus menjadi perhatian yang utama bagi perusahaan. Semakin baik pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, maka akan semakin baik juga citra perusahaan dimata pelanggannya.
2. Menurut hasil penelitian variabel promosi penjualan dengan indikator price packs/cents of deal atau paket harga perlu ditingkatkan kembali program promosi penjualan dengan memberikan promosi paket harga pada jenis-jenis produk yang lebih banyak agar konsumen lebih tertarik untuk melakukan kegiatan bertransaksi. Kemudian untuk indikator coupons perlu dipertahankan dan diperhatikan besaran coupons agar dapat meningkatkan keputusan penggunaan transaksi E-Wallet OVO, dengan cara memberikan kupon setiap bertransaksi diminimalkan jumlahnya.
3. Menurut hasil penelitian, pada variabel persepsi kemudahan dengan indikator jelas dan dapat dipahami perlu memperhatikan setiap fitur-fitur pembayaran agar pelanggan mudah digunakan saat bertransaksi, dengan cara menampilkan semua fitur ditampilkan aplikasi. Kemudian untuk indikator fleksibel, perlu dipertahankan dengan memberikan kelancaran tampilan aplikasi OVO.