

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tidak terdapat pengaruh signifikan Promosi terhadap Loyalitas pada pengguna Aplikasi OVO di Kota Cirebon.
2. Terdapat pengaruh signifikan Kemudahan Transaksi terhadap Loyalitas pada pengguna Aplikasi OVO di Kota Cirebon.
3. Tidak terdapat pengaruh signifikan Fitur Keamanan terhadap Loyalitas pada pengguna Aplikasi OVO di Kota Cirebon.
4. Terdapat pengaruh signifikan Promosi melalui Kepuasan terhadap Loyalitas pada pengguna Aplikasi OVO di Kota Cirebon.
5. Tidak terdapat pengaruh signifikan Kemudahan Transaksi melalui Kepuasan terhadap Loyalitas pada pengguna Aplikasi OVO di Kota Cirebon.
6. Terdapat pengaruh signifikan Fitur Keamanan melalui Kepuasan terhadap Loyalitas pada pengguna Aplikasi OVO di Kota Cirebon.
7. Terdapat pengaruh signifikan Kepuasan terhadap Loyalitas pada pengguna Aplikasi OVO di Kota Cirebon.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang ada saran yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah pada variabel Promosi yaitu promosi yang diberikan sesuai. Dengan demikian sebaiknya perusahaan memberikan keterangan yang jelas akan suatu promosi tersebut, tujuannya agar tidak adanya keluhan bagi pengguna terhadap promosi yang diberikan.
2. Berdasarkan penelitian indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah pada variabel Kemudahan Transaksi yaitu OVO memiliki berbagai fitur

tersedia untuk kemudahan pembayaran.. dengan demikian perusahaan perlu melakukan pembaruan fitur yang disediakan guna memberikan rasa nyaman bagi pengguna OVO. Karena dengan semakin meningkatnya kinerja yang diberikan pada suatu aplikasi tersebut dengan berbagai fitur yang tersedia hal ini dapat menumbuhkan rasa loyal bagi mereka yang sudah menggunakan layanan aplikasi OVO.

3. Berdasarkan penelitian indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah pada variabel Fitur Keamanan yaitu kode verifikasi melalui sms. Dengan demikian mungkin dari beberapa responden mengatakan kurang terlalu dibutuhkan. Meskipun begitu upayakan bagi perusahaan terus meningkatkan keamanan data pengguna. Dan bagi pengguna mungkin verifikasi sms tersebut tidak terlalu penting. Tapi pada dasarnya yang dilakukan perusahaan yaitu agar data dari pelanggan/konsumen mereka tidak mudah untuk di retas.
4. Berdasarkan penelitian indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah pada variabel Kepuasan yaitu senang memakai OVO karena memberikan promosi yang sesuai. Dengan demikian sebaiknya perusahaan memberikan keterangan yang jelas akan suatu promosi tersebut, tujuannya agar tidak adanya keluhan bagi pengguna terhadap promosi yang diberikan.
5. Berdasarkan penelitian indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah pada variabel Loyalitas yaitu kurang tertarik memakai jasa pembayaran lain. Dengan demikian bagaimana perusahaan tersebut menjaga agar pelanggan mereka bisa loyal, yaitu tidak lain dengan cara melakukan promosi. Meningkatkan suatu *branding* agar dapat terus bersaing dengan layanan jasa lainnya.