

BAB V

PENUTUP

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi *e-money* OVO pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
2. Nilai produk berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi *e-money* OVO pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
3. Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan aplikasi *e-money* OVO pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
4. Promosi, nilai produk dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi *e-money* OVO pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
5. Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi *e-money* OVO pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta yaitu nilai produk.

E. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tentunya tidak terlepas dari berbagai keterbatasan dan kendala yang dihadapi dalam melakukan penelitian ini yaitu keterbatasan pada responden penelitian yang hanya menggunakan 100 responden mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Kampus 3 Universitas Mercu Buana Yogyakarta, sehingga hasil penelitian ini belum bisa digeneralisir untuk mewakili pengguna aplikasi *e money* OVO secara umum.

F. Saran

Berdasarkan hasil temuan-temuan yang didapatkan, selanjutnya peneliti memberikan saran-saran:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variable promosi dapat ditunjukkan bahwa penilaian terendah atau yang belum sesuai dengan harapan konsumen adalah program promosi aplikasi *e Money* OVO memiliki daya tarik yang lebih unggul dibandingkan aplikasi yang lainnya, seperti Go Pay, untuk itu disarankan agar OVO ke depannya mampu memberikan daya tarik yang lebih baik dari aplikasi lainnya seperti misalnya dengan memberikan undian berhadiah sehingga mampu meningkatkan partisipasi konsumen.
2. Berdasarkan analisis deskriptif pada variable nilai produk dapat ditunjukkan bahwa salah satu penilaian yang belum sesuai dengan harapan pengguna aplikasi adalah *e Money* OVO dapat dimanfaatkan untuk beragam layanan pembayaran, seperti isi ulang saldo dan tarik dana

melalui bank. Untuk itu disarankan untuk selanjutnya OVO dapat memperbanyak produk layanan yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga konsumen semakin berminat untuk selalu menggunakan aplikasi *e money OVO*.

3. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variable kemudahan penggunaan dapat ditunjukkan bahwa salah satu penilaian yang belum sesuai dengan harapan pengguna aplikasi adalah aplikasi *e Money OVO* dapat dilakukan kapan saja tanpa batas waktu. Untuk itu OVO agar secara konsisten memberikan kemudahan sesuai dengan yang diharapkan konsumen sehingga mampu meningkatkan minat menggunakan aplikasi *e money OVO*.