BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis terhadap E-wallet OVO Kota Bandar Lampung dapat ditarik kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan E-Wallet OVO Pada masyarakat di Kota Bandar Lampung. Hal ini menjelaskan bahwa tingkat persepsi kemudahan yang dimiliki oleh E- Wallet OVO sangat memengaruhi tingkat minat penggunaan E- Wallet OVO pada masyarakat di Kota Bandar Lampung.

2. Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan E- Wallet OVO Pada masyarakat di Kota Bandar Lampung. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat persepsi manfaat yang dimiliki oleh E- Wallet OVO akan memengaruhi tingkat minat penggunaan E-Wallet OVO pada masyarakat di Kota Bandar Lampung.

5.2 Saran

Penulis sangat menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan. Maka dari itu, penulis berharap ke depannya kepada peneliti - peneliti selanjutnya untuk menyempurnakan penelitian ini. Sehingga penulis memberikan saran-saran yang berupa:

1. Persepsi kemudahan penggunaan yang dimiliki oleh E-Wallet OVO sudah tergolong baik, rekomendasi perusahaan, harus mampu lebih memudahkan lagi dalam penggunaannya agar dalam menggunakan aplikasi E-Wallet OVO mudah dimengerti dan mudah digunakan konsumen sehingga pengguna merasa nyaman dan tidak berpaling pada e-wallet yang sejenis dan meningkatkan minat penggunaan pada aplikasi E-Wallet OVO

2. Berdasarkan pada persepsi manfaat E-Wallet OVO sudah memberikan banyak manfaat pada penggunanya, misalnya konsumen tidak perlu lagi melakukan menggunakan uang tunai saat melakukan transaksi, cukup menggunakan E-Wallet OVO dengan memotong saldo yang dimiliki konsumen. Merekomendasikan kepada pihak E-Wallet OVO, harus mempertahankan penggunaan transaksi dengan waktu yang sangat singkat, dan mempertahankan kemudahan dalam bertransaksi untuk meningkatkan minat penggunaan pada aplikasi E-Wallet OVO.

3. Penelitian menunjukkan bahwa variabel minat penggunaan E-Wallet OVO sudah sangat baik. Salah satunya, munculnya minat konsumen dalam melakukan mitra dengan OVO. Misalnya, Grab, Tokopedia, Bank Mandiri. Namun, masih banyak variabel lain yang bisa memengaruhi minat penggunaan E-wallet OVO. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan mampu mempelajari faktor-faktor lain yang memengaruhi minat penggunaan E-wallet OVO.