

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Dari 200 pelanggan *e-wallet* OVO di wilayah Jakarta Utara terbagi menjadi dua kelompok, yakni kelompok pelanggan yang tidak loyal dan kelompok pelanggan yang loyal. Hal yang menyebabkan pelanggan *e-wallet* OVO di wilayah Jakarta Utara memiliki loyalitas pelanggan diantaranya kepuasan pelanggan, kemudahan penggunaan dan kepercayaan pelanggan. Secara keseluruhan kepuasan pelanggan, kemudahan penggunaan dan kepercayaan pelanggan berpengaruh simultan terhadap loyalitas pelanggan *e-wallet* OVO di wilayah Jakarta Utara. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji Wilk's Lambda yang memiliki nilai Sig. sebesar 0,000, 0,002 dan 0,001. Di dalam analisis diskriminan, jika nilai Sig. kurang dari 0,05 maka dinyatakan variabel-variabel tersebut berpengaruh secara bersamaan.
2. Hasil penelitian melalui analisis diskriminan, di dapat bahwa variabel kepuasan pelanggan saja yang dapat masuk kedalam model diskriminan yang signifikan, artinya hanya kepuasan pelanggan yang dinyatakan berbeda untuk kedua kelompok pelanggan

3. Kepuasan pelanggan, kemudahan penggunaan dan kepercayaan pelanggan memiliki keeratan yang rendah terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna *e-wallet* OVO di wilayah Jakarta Utara sebesar 0,249.
4. Variabel yang paling dominan membedakan di antara dua kelompok pelanggan *e-wallet* OVO di wilayah Jakarta Utara yaitu variabel kepuasan pelanggan. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil *Structure Matrix* yang hanya menunjukkan bahwa hanya variabel kepuasan pelanggan yang paling dominan, dengan nilai sebesar 1,000.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Sebaiknya PT. Visionet International (OVO) memperhatikan aspek kepuasan pelanggan, kemudahan penggunaan dan kepercayaan pelanggan dengan tujuan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dalam menggunakan *e-wallet* OVO. Dengan menanggapi keluhan pelanggan dikerjakan dengan bagus dan baik, memberikan kemudahan penggunaan transaksi serta memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan yang dijanjikan.
2. Dari hasil penelitian ini, dapat dikatakan variabel kepuasan pelanggan saja yang dinyatakan signifikan berbeda untuk kedua kelompok pelanggan. Hal tersebut sebaiknya PT. Visionet Internasional (OVO)

melakukan semacam survei pelanggan untuk mengetahui perasaan saat menggunakan *e-wallet* OVO.

3. Berdasarkan hasil yang didapat bahwa pengaruh kepuasan pelanggan, kemudahan penguasaan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 6,20%, hal tersebut menunjukkan pengaruh yang rendah. Namun variabel-variabel lain yang dijelaskan dalam penelitian ini perlu diperhatikan, karena 93,8% loyalitas pelanggan tidak dapat dijelaskan melalui kepuasan pelanggan, kemudahan penggunaan dan kepercayaan pelanggan.
4. Dalam penelitian ini, variabel yang paling dominan membedakan kelompok loyal dan tidak loyal pada pelanggan *e-wallet* OVO di wilayah Jakarta Utara yaitu kepuasan pelanggan, sehingga peningkatan kepuasan pelanggan sangat perlu diperhatikan kembali dengan mengadakan survei secara berkala dengan menghubungi pelanggan untuk mengetahui alasan lainnya.