

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kemudahan penggunaan terhadap kepercayaan konsumen, hasil ini ditunjukkan dengan uji t dan diperoleh nilai t hitung sebesar 0,283 dan nilai t tabel 1,98472. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan penggunaan seperti kemudahan sistem operasi aplikasi, kemudahan transaksi terhadap kepercayaan konsumen tidak memiliki pengaruh yang signifikan.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara manfaat terhadap kepercayaan konsumen, hasil ini ditunjukkan dengan uji t dan diperoleh nilai t hitung sebesar 11,559 dan nilai t tabel 1,98472. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel manfaat seperti koefisiensi waktu untuk berbelanja suatu barang dan manfaat sehari-hari lainnya terhadap kepercayaan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kemudahan penggunaan dan manfaat terhadap kepercayaan konsumen, hasil ini ditunjukkan dengan uji f dan diperoleh nilai f hitung sebesar 89,226 dan nilai f tabel sebesar 3,09. Hal ini dapat disimpulkan bahwa

variabel kemudahan penggunaan dan manfaat seperti kemudahan sistem operasi aplikasi, kemudahan transaksi, koefisiensi waktu untuk berbelanja suatu barang, dan manfaat sehari-hari lainnya dari OVO terhadap kepercayaan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan.

5.2. Saran

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

1. Untuk perusahaan OVO hendaknya berinovasi untuk memberikan sistem yang mudah digunakan untuk para konsumennya pada saat mengoperasikan aplikasi hingga menggunakannya untuk bertransaksi. Hal ini didukung oleh hasil penelitian bahwa kemudahan penggunaan tidak mempunyai pengaruh terhadap kepercayaan konsumen.
2. Perusahaan OVO sudah memberikan manfaat yang baik untuk para konsumennya namun perusahaan harus tetap berinovasi dan menambahkan manfaat untuk konsumennya sehingga konsumen merasa lebih puas setelah menggunakan OVO. Hal ini didukung oleh hasil penelitian bahwa manfaat mempunyai pengaruh terhadap kepercayaan konsumen.
3. Perusahaan harus terus memberikan yang terbaik untuk konsumennya sehingga konsumen bisa lebih puas merasakan kemudahan pada saat menggunakan OVO dan mendapatkan manfaat yang baik. Hal ini didukung oleh hasil penelitian bahwa kemudahan penggunaan dan manfaat memiliki pengaruh untuk kepercayaan konsumen.