

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang penulis lakukan kepada konsumen aktif pengguna *e-wallet* OVO di Kota Bekasi maka kesimpulan dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel Ekspetasi Kinerja, Ekspetasi Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi Pemfasilitas secara keseluruhan/ simultan mempunyai pengaruh terhadap *behavioral intentions* hal ini di buktikan dengan nilai probabilitas/sig 0,000 lebih kecil dari taraf  $(\alpha) = 0,05$ . Adapun rumus persamaan regresi yang di dapat adalah  $Y = 2,413 + 0,100X_1 + 0,121X_2 + 0,161X_3 + 0,159X_4$ , yang artinya arah pengaruh nya positif atau searah. Semakin baik nilai koefisien regresi berganda, maka semakin baik penambahan tingkat *Behavioral Intentions*.
2. *Performance Expectancy* (Ekspetasi Kinerja) ( $X_1$ ) Secara parsial atau sebagian mempunyai pengaruh terhadap *behavioral intentions*, hal tersebut di buktikan dengan nilai probabilitas/signifikan 0,013 lebih kecil dari taraf  $(\alpha) 0,05$ .
3. *Effort Expectancy* (Ekspetasi Kinerja) ( $X_2$ ) Secara parsial atau sebagian mempunyai pengaruh terhadap *behavioral intentions*, hal tersebut di buktikan dengan nilai probabilitas/signifikan 0,046 lebih kecil dari taraf  $(\alpha) 0,05$ .

4. *Social Influence* (Pengaruh Sosial) (X3) Secara parsial atau sebagian mempunyai pengaruh terhadap *behavioral intentions*, hal tersebut di buktikan dengan nilai probabilitas/signifikan 0,000 lebih kecil dari taraf (a) 0,05.
5. *Facilitating Conditions* (Kondisi Pemfasilitas) (X4) Secara parsial atau sebagian mempunyai pengaruh terhadap *behavioral intentions*, hal tersebut di buktikan dengan nilai probabilitas/signifikan 0,013 lebih kecil dari taraf (a) 0,05.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pengolahan data diatas, maka yang dapat penulis sarankan untuk *e-wallet* OVO adalah :

1. Untuk lebih meningkatkan Ekspetasi Kinerja (*performance expectancy*), *e-wallet* OVO dapat meningkatkan kemudahan dan kenyamanan
2. Untuk lebih meningkatkan Ekspetasi Usaha (*effort expectancy*), pihak penyedia *e-wallet* OVO tidak membebani konsumen dengan biaya *top up* (*Biaya admin*) dan transfer ke bank.
3. Untuk lebih meningkatkan pengaruh sosial (*social influence*), pihak penyedia *e-wallet* OVO dapat membuat program khusus untuk komunitas tertentu sehingga dapat meningkatkan pengguna *e-wallet* OVO.
4. Untuk lebih meningkatkan Kondisi Pemfasilitas (*facilitating conditions*), pihak penyedia *e-wallet* OVO dapat menambah kerja

sama dengan *e-commerce* atau *merchant* serta meningkatkan kualitas jaringan.

5. Sebaiknya *e-wallet* OVO harus dapat mempertahankan para konsumen dalam tingkat *behavioral intentions* maka harus memperhatikan dalam meningkatkan kembali atas layanan sistem yang di tuju ke konsumen agar terus meningkatkan loyalitas dalam penggunaan.

