

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Apabila dilihat secara simultan, persepsi kemudahan penggunaan (X1), efektivitas (X2) dan risiko (X3) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ulang dengan memiliki nilai sig yaitu sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai signifikan 0,05. Lalu memiliki f hitung sebesar 12,710 yang lebih besar dari f tabel yaitu 3,09 yang berarti mempunyai pengaruh terhadap minat penggunaan ulang aplikasi OVO. Besar pengaruh persepsi kemudahan penggunaan(X1), efektivitas (X2), dan risiko (X3) terhadap minat penggunaan ulang dapat dilihat pada besaran nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) yang memiliki nilai sebesar 0,262 atau 26,2% yang berarti pengaruh persepsi kemudahan, efektivitas, dan risiko mengalami kenaikan terhadap minat penggunaan ulang secara simultan sebesar 26,2%
2. Variabel persepsi kemudahan penggunaan (X1) setelah dilakukan uji hipotesis memiliki berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ulang dengan nilai sig yaitu sebesar 0,005 lebih kecil dari nilai signifikan 0,05 dan t hitung > t tabel yaitu sebesar 2,899 > 1,98 yang berarti bahwa adanya pengaruh terhadap minat penggunaan ulang secara parsial. besarnya

pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan ulang dapat dilihat pada besaran koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang memiliki nilai sebesar 0,239 atau 23,9% yang berarti pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan ulang secara parsial mengalami kenaikan sebesar 23,9% yaitu cukup terbatas.

3. Variabel efektivitas ( $X_2$ ) setelah dilakukan uji hipotesis, memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan ulang pada aplikasi OVO dengan nilai sig sebesar 0,016 lebih kecil dari nilai signifikan 0,05 yang berarti bahwa adanya pengaruh terhadap minat penggunaan ulang, besarnya pengaruh efektivitas terhadap minat penggunaan ulang dapat dilihat pada besaran nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang memiliki nilai sebesar 0,221 atau 22,1% yang berarti pengaruh kemudahan terhadap kepuasan konsumen secara parsial yaitu terbatas.
4. Variabel resiko ( $X_3$ ) setelah dilakukan uji hipotesis. Persepsi resiko tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan ulang, dengan nilai sig sebesar 0,700 lebih besar dari nilai signifikan 0,05 yang berarti bahwa tidak adanya pengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan ulang. besarnya persepsi resiko terhadap minat penggunaan ulang dapat dilihat pada besaran nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang memiliki nilai sebesar 0,034 atau 3,4% yang berarti persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap retensi pelanggan dan tidak signifikan secara parsial yaitu terbatas.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penilaian responden yang dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berada di wilayah Jakarta timur dan kesimpulan yang diperoleh maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Tingkat kemudahan penggunaan aplikasi OVO seharusnya ditingkatkan, semakin mudah pengguna menggunakannya dan tidak merasa kesulitan maka pengguna semakin berminat untuk menggunakan produk aplikasi OVO dan dapat berdampak mengejar kenaikan rating diantara merek-merek dompet digital di Indonesia
2. Efektivitas dari penggunaan aplikasi OVO juga harus ditingkatkan, semakin efektif penggunaan aplikasi maka pengguna semakin berminat dalam menggunakannya. Produk-produk OVO yang ditawarkan seharusnya sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pengguna sehingga dapat mempermudah aktivitas sehari-hari pengguna.
3. Risiko dalam penelitian ini tidak memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap minat penggunaan ulang, namun perlu juga pencegahan dan dapat diminimalisir agar pengguna nyaman saat bertransaksi, keamanan dan terjaga dengan baik, sehingga dapat meningkatkan minat penggunaan ulang.
4. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel penting lainnya untuk memberikan penjelasan lebih mendalam terkait minat penggunaan *e-wallet*.