

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan argumentasi tentang Pengaruh Promosi Penjualan dan *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen Kesimpulan berikut ini dapat diambil dengan menggunakan Aplikasi OVO *E-Wallet* untuk Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Angkatan 2019 :

1. $Y = 4,689 + 0,337X_1 + 0,671X_2$ berdasarkan hasil analisis linier berganda. Nilai konstanta dalam persamaan ini adalah 4,689, artinya jika Promosi Penjualan (X_1) dan *E-Service Quality* (X_2) keduanya 0, Kepuasan Konsumen (Y) akan bernilai 4,689. Selanjutnya nilai koefisien Promosi Penjualan X_1 sebesar 0,337 yang menunjukkan bahwa semakin tinggi Promosi Penjualan (X_1) maka Kepuasan Konsumen (Y) juga meningkat. Kemudian nilai koefisien *E-Service Quality* X_2 adalah 0,671, hal ini menunjukkan bahwa jika *E-Service Quality* (X_2) mengalami peningkatan, maka Kepuasan Konsumen adalah 0,671 dengan syarat variabel independen lainnya tidak berubah atau bernilai tetap.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Promosi Penjualan (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Aplikasi OVO *E-Wallet* Pada Mahasiswa Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Stambuk Tahun

2019, yang ditunjukkan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana $2,461 > 1,676$ dengan nilai signifikan $0,017 < 0,05$.

3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *E-Service Quality* (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Aplikasi *E-Wallet* OVO Pada Mahasiswa Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Stambuk 2019 yang ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana $6,712 > 1,676$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.
4. Secara simultan (Uji F) dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dimana $85,027 > 3,187$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan, bahwa Promosi Penjualan dan *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Aplikasi *E-Wallet* OVO Pada Mahasiswa Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Stambuk 2019.
5. Variabel Promosi Penjualan (X_1) dan *E-Service Quality* (X_2) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 77% terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Aplikasi *E-Wallet* OVO (Y) pada Mahasiswa Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Stambuk 2019, sedangkan 23% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Melalui hasil penelitian dan kesimpulan yang ditarik, terdapat berbagai saran yang benar-benar perlu diperhatikan guna perbaikan penelitian.

Berikut ini adalah saran peneliti untuk menjadikan penelitian ini menjadi lebih baik kedepannya:

1. Bagi Mahasiswa

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan khususnya bagi mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis di bidang promosi penjualan dan *e-service quality* dan diharapkan mahasiswa dapat melanjutkan penelitian sejenis dengan sudut pandang berbeda yang lebih luas secara teoritis dan praktis, misalnya dalam bidang pelayanan jasa atau dengan memperbanyak teori-teori yang berbeda serta memberikan variabel penelitian yang lebih banyak lagi, sehingga kesimpulannya dapat memperluas penelitian selanjutnya.

2. Bagi peneliti lain

Peneliti yang lain juga disarankan memperluas jangkauan penelitian sehingga mampu mengidentifikasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen menggunakan aplikasi *e-wallet* OVO, karena dalam penelitian ini terdapat 23% faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan aplikasi *e-wallet* OVO. Selain itu, disarankan untuk memfokuskan jenis *e-wallet* yang ingin diteliti, misalnya *Go-pay*, *Shopee-pay*, DANA dan OVO.

3. Bagi Universitas

Diharapkan dari pihak universitas, literasi mengenai *less cash society*, tidak hanya difokuskan terhadap mahasiswa fakultas ekonomi tetapi terhadap seluruh fakultas yang ada di Universitas Negeri Medan, universitas juga dapat bekerjasama dengan ahli bidang yaitu Bank Indonesia dengan menerapkan *less cash society* (penggunaan uang elektronik) untuk memberi edukasi kepada seluruh mahasiswa agar lebih paham dan mengenal program *less cash society* lebih jauh.

4. Bagi Pemerintah

Agar pemerintah selalu memberikan dorongan dan dukungan terhadap perusahaan industry teknologi keuangan maupun perbankan, melalui kebijakan yang dapat mendorong pertumbuhan industry tersebut. Dengan begitu, dapat tercapai program pemerintah yaitu: *less cash society* dengan mudah.