

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan judul “Pengaruh *Security*, *Sales Promotion*, dan *E-Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Pengguna *E-Wallet* OVO Di Kota Kudus)” diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel *security* terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna *e-wallet* OVO di Kota Kudus. Hal ini membuktikan bahwa *security* yang diberikan oleh pihak OVO dapat dikatakan cukup baik, sehingga pengguna merasa aman ketika bertransaksi dengan menggunakan *e-wallet* OVO.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel *sales promotion* terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna *e-wallet* OVO di Kota Kudus. Hal tersebut membuktikan bahwa dengan adanya *sales promotion* yang diberikan oleh pihak OVO dapat menarik pengguna untuk menggunakan layanan *e-wallet* OVO.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel *e-service quality* terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna *e-wallet* OVO di Kota Kudus. Hal tersebut membuktikan bahwa pengguna merasakan *e-service quality* yang diberikan oleh pihak OVO sudah sesuai dengan keinginannya, sehingga pelanggan merasa percaya untuk menggunakan kembali layanan *e-wallet* OVO.

B. Saran

Berdasarkan pada hasil dan pembahasan yang disampaikan dalam penelitian ini, peneliti menyampaikan saran-saran berikut secara realistis dan berbasis data:

1. Bagi Perusahaan
 - a. Diharapkan pihak *e-wallet* OVO dapat mempertahankan dan terus meningkatkan *security*

atau keamanan pada OVO. Karena pada transaksi elektronik, keamanan merupakan salah satu hal yang menjadi pertimbangan pelanggan dalam menggunakan layanan tersebut.

- b. Diharapkan pihak *e-wallet* OVO dapat memberikan *sales promotion* kepada pelanggan, yaitu dengan memberikan *cashback*, *voucher*, hadiah dll, serta memberikan syarat yang mudah kepada pelanggan dalam mendapatkan berbagai penawaran tersebut agar pelanggan bersedia menggunakan kembali layanan OVO.
 - c. Diharapkan pihak *e-wallet* OVO juga dapat terus mempertahankan dan meningkatkan *e-service quality* pada OVO. Karena pelanggan dalam melakukan penilaian mengenai baik maupun buruknya sebuah layanan dari perusahaan, itu dilihat dari seberapa baik perusahaan dalam memberikan kualitas layanannya. Jadi apabila kualitas pelayanan diberikan OVO baik maka akan menjadikan pelanggan tersebut menggunakan kembali layanan OVO.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang hendak melakukan penelitian dengan permasalahan yang sama, diharapkan mampu menyempurnakan penelitiannya dengan mengulas lebih rinci mengenai faktor-faktor lain yang mampu mempengaruhi loyalitas pelanggan selain *security*, *sales promotion*, dan *e-service quality*.

C. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya berfokus pada 4 variabel saja, yaitu *security*, *sales promotion*, *e-service quality* dan loyalitas pelanggan.
2. Penelitian ini mempunyai keterbatasan pada pengumpulan data dari responden, di mana penyebaran kuesioner hanya dilakukan secara *online* dengan melalui *Whatsapp*, sehingga menyebabkan kurang adanya pengawasan yang mengakibatkan jawaban yang telah diberikan oleh responden bisa saja tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya.
3. Pada penelitian ini variabel independen yaitu *security*, *sales promotion*, dan *e-service quality* hanya mampu

menjelaskan variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan sebesar 45,5% dan sisanya 54,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

D. Implikasi Penelitian

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi perusahaan terutama dalam bidang manajemen pemasaran dan perilaku konsumen. Pada penelitian ini secara empiris mengidentifikasi bahwa *security*, *sales promotion*, dan *e-service quality* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dengan demikian memberikan pandangan baru dan pemahaman bagi peneliti selanjutnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada pengguna OVO di Kota Kudus. Penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut oleh peneliti selanjutnya dengan menambahkan beberapa variabel yang belum ada dalam penelitian ini.
2. Secara praktis, hasil penelitian menunjukkan bahwa *security*, *sales promotion*, dan *e-service quality* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna *e-wallet* OVO di Kota Kudus. Hasil penelitian ini dapat dijadikan pedoman bagi perusahaan dalam menentukan suatu kebijakan terkait dalam meningkatkan loyalitas pelanggannya. Beberapa kebijakan yang dapat diterapkan oleh perusahaan yaitu dengan terus memperbaiki *security* pada aplikasi OVO agar pengguna tidak merasa khawatir saat menggunakan layanan OVO. Perusahaan dapat melakukan *sales promotion* kepada pelanggan dan memberikan kemudahan pelanggan dalam mendapatkannya. Pada *e-service quality*, perusahaan dapat menyempurnakan aplikasi OVO dengan merancang fitur yang lengkap dengan menyesuaikan yang dibutuhkan oleh pengguna seperti pengaruh dalam tingkat kemudahan dalam menggunakannya.