

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1. Simpulan

Berdasarkan data yang telah dianalisis dan dibahas pada bab-bab sebelumnya mengenai Analisis Pengaruh *E-Service Quality*, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengguna Ovo Merchant Pada Pelaku UMKM di DKI Jakarta dengan menggunakan *software SMARTPLS 3.3*, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. *E-Service Quality* berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pengguna OVO Merchant pada pelaku UMKM di DKI Jakarta. Hal tersebut menunjukkan bahwa *E-Service Quality* atau kualitas layanan elektronik pada aplikasi OVO Merchant yang lancar, baik serta aman akan menghasilkan kepuasan pengguna pada pelaku UMKM di DKI Jakarta. Maka dapat disimpulkan pula bahwa semakin baik kualitas *e-service quality* yang diberikan OVO terhadap penggunanya yaitu, pelaku UMKM di DKI Jakarta maka dapat meningkatkan kepuasan pelaku UMKM di DKI Jakarta terhadap OVO Merchant.
2. Harga berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pengguna OVO Merchant pada pelaku UMKM di DKI Jakarta. Hal tersebut mengidentifikasi bahwa harga yang merupakan *Merchant Rate Discount* (MRD) pada OVO memiliki penilaian dimata penggunanya, yaitu pelaku UMKM Di DKI Jakarta bahwa harga OVO dapat bersaing, murah serta sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diterima. Hal tersebut juga menggambarkan bahwa semakin murah harga dan sesuainya harga dengan manfaat yang diterima dapat berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.
3. Promosi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pengguna OVO Merchant pada pelaku UMKM di DKI Jakarta. Hal ini mengidentifikasi bahwa promosi ikut berkontribusi positif dalam mencapai tingkat kepuasan yang baik pada UMKM di DKI Jakarta.

V.2. Saran

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dibahas dan telah ditarik kesimpulan, adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah:

1. Untuk mendorong peningkatan atas kepuasan pengguna, maka PT.Visionet Internasioal sebagai perusahaan OVO yang ikut serta menaungi OVO Merchant perlu melakukan *survey* rutin terhadap pengguna OVO Merchant, yakni terhadap para pelaku UMKM dalam hal konsistensi layanan dan kesamaan harapan atas layanan yang diberikan, harga yang sesuai dengan manfaat serta promosi yang menjadi daya pikat pengguna. Hal tersebut untuk mengidentifikasi ekspektasi setiap pengguna yang akan berguna untuk mengukur dan mengetahui tingkat kepuasan pengguna yang memiliki pengalaman berbeda-beda. Dalam hal ini, jika suatu harapan pengguna dapat dengan baik terpenuhi, maka secara optimal dapat mendorong peningkatan atas kepuasan yang dirasakan pengguna. Oleh sebab itu, *maintenance* pada aplikasi OVO Merchant merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan pengguna.
2. PT.Visionet Internasioal sebagai perusahaan yang menaungi OVO Merchant perlu untuk mempertahankan harga yang kompetitif atau dapat menawarkan harga yang lebih murah terhadap konsumen sehingga dapat meningkatkan kepuasan pengguna.
3. PT.Visionet Internasioal sebagai perusahaan yang menaungi OVO Merchant dapat meningkatkan teknik promosi khususnya pada sektor UMKM yang diharapkan akan menarik pelanggan untuk membeli produk lokal pada gerai-gerai UMKM. Dalam hal ini juga diharapkan PT.Visionet Internasioal dapat membantu para pelaku UMKM untuk memajukan produknya melalui digitalisasi.
4. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan mengembangkan penelitian ini dengan penambahan variabel atau memperluas jangkauan responden sehingga dapat membuka pandangan baru serta memberikan hasil yang beragam.