

BAB V

PENUTUP

5.1 SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa *Brand Image* (X1) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pengguna OVO pada Mahasiswa di Surabaya., artinya mahasiswa loyal dengan OVO karena melihat nama, logo dan simbol, iklan dan pesan serta karena OVO memiliki reputasi yang baik, hal ini didukung dari hasil rata-rata jawaban responden yang menyatakan setuju.
2. Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa Kemudahan Penggunaan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas (Y) pengguna OVO pada Mahasiswa di Surabaya, artinya mahasiswa loyal dengan OVO karena mudah dipelajari dan dimengerti, mudah digunakan dan tidak mengalami kesulitan, tidak membutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dan mudah dioperasikan, hal ini didukung dari hasil rata-rata jawaban responden yang menyatakan setuju.
3. Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa Kepercayaan (X3) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas (Y) pengguna OVO pada Mahasiswa di Surabaya, artinya mahasiswa loyal dengan OVO karena OVO dapat dipercaya dan tidak melakukan penipuan, OVO dapat menjaga



kerahasiaan data pengguna, OVO Konsisten dalam pelayanan, OVO memiliki loyalitas yang tinggi terhadap pengguna, OVO terbuka dalam menerima keluhan dan kritikan, hal ini didukung dari hasil rata-rata jawaban responden yang menyatakan setuju.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data, maka dapat diambil saran sebagai berikut:

1. OVO harus mempertahankan atau meningkatkan *Brand Image* dengan cara mempertahankan reputasi baik, serta pesan yang disampaikan sederhana agar mudah dipahami.
2. Perusahaan terus melakukan inovasi terhadap aplikasi OVO agar semakin mudah dipahami, tidak membingungkan dan meningkatkan kemampuan aplikasi agar pengguna tidak membutuhkan waktu lama dalam berinteraksi dengan aplikasi.
3. OVO harus meningkatkan kepercayaan dengan menjaga kerahasiaan data pengguna, agar pengguna merasa aman dan nyaman menggunakan OVO sehingga tidak ragu menggunakan OVO.
4. Saran untuk peneliti selanjutnya, agar meneliti hal lain seperti produk OVO, jejaring kerjasama OVO, dll. Sebab dalam penelitian ini ketiga variabel memiliki kontribusi yang cukup/sedang terhadap loyalitas yaitu sebesar 57% sedangkan sisanya dipengaruhi factor lain yang tidak diteliti.



Daftar Pustaka

- Abdul R. dan R. Y. Dewantara .2017. Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Jual Beli “Z”). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* (Vol. 52 No. 1, hal. 3)
- Alfian; Nurlifa , S. Kusumadewi, dan Kariyam 2014, Analisis Pengaruh User Interface Terhadap Kemudahan Penggunaan Sistem Pendukung Keputusan Seorang Dokter. *Prosiding SNATIF* (Vol-1 Tahun 2014,hal. 2)
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bank Indonesia. Tentang uang elektronik di Indonesia Tahun 2009. Jakarta. Bank Indonesia.[https://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uubi/Documents/UU%207%20Tahun %202011.pdf](https://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uubi/Documents/UU%207%20Tahun%202011.pdf) [Diakses Tgl 29 Oktober 2020 Pk.11.17]
- _____.2013. Peredaran Data Uang Elektronik di Indonesia. Jakarta. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/pencarian/Default.aspx?k=uang%20elektronik> [Diakses Tgl 29 Oktober 2020 Pk.11.17]
- _____.2013. Financial Technology. <https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produkdan-jasa-sp/fintech/Pages/default.aspx> [Diakses Tgl 29 Oktober 2020 Pk.11.17]
- Chandra, E. 2019. Ulasan OVO : Penggunaan dan Cara Transaksi Jaman Now. <https://www.finansialku.com/ovo/> (Diakses Tgl. 29 Oktober 2020 : Pk.11.17)
- Chitra Laksmi, R. 2020. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Bca Dalam Menggunakan Ininternet Banking. *Journal of Research in Economics and Management (Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen)*. Vol. 16, No. 1, 2016, hal. 160-177
- Ferdinand, A.T. (2010). *Structural Equation Modeling*, Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit. Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurriyati, Ratih. (2010). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen.Bandung: ALFABETHA
- _____. (2015). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen.Bandung: ALFABETHA
- Ichsan, W.P dan T. Pradekso. 2020. Pengaruh Terpaan Promosi Penjualan, Citra Merek dan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen Aplikasi OVO di Semarang.



Indriantoro dan Supono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE

Keller, K.L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (4th ed.). England: Pearson Education, Inc

Kotler, P & K.L. Keller. 2013. *Manajemen pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.

_____ (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*, Jakarta: Erlangga.

Neupane. 2015. The Effects Of Brand Image On Customer Satisfaction And Loyalty Intention In Retail Super Market Chain UK.. *International Journal of Social Sciences and Management* Vol 2, No 1.

PDDIKTI. 2020. Data Mahasiswa

UKDC. <https://pddikti.kemdikbud.go.id/datapt/QTE2QUY>

[4MkYtRDMYqy00ODVCLUJDODktOTgyQTc4ODIEMzM3](https://pddikti.kemdikbud.go.id/datapt/QTE2QUY4MkYtRDMYqy00ODVCLUJDODktOTgyQTc4ODIEMzM3) (Diakses Tgl. 06 November 2020 : Pk. 15.40)

Priyatno, Duwi. (2010). *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 19*. Yogyakarta: Andi

Widiyanto Bangun Prasetyo, 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Swalayan Luwes Purwodadi). *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JBI)*, Vol. 2 No. 3 tahun 2013.

Puguh Setyawan, 2013. Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Harga dan Keluhan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kantor Pos Surakarta. *Skripsi*. Surakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Rismi, S dan P.,D, Priansa, 2014. *Manajemen Komunikasi*, Bandung: Alfabeta.

Rithmaya Chitra Laksmi. 2016. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Bca Dalam Menggunakan Ininternet Banking. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen* ISSN : 1412-1824.

Robbins, Stephen P, dan Judge, T. 2010. *Organizational Behavior*, Edisi 12, Buku 1, Jakarta, Salemba Empat.

Sanusi, Anwar. 2011, *Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat.

Santika F. N. Maria, Suwardi. 2020. Pengaruh Bonus Pack, Daya Beli, Dan Kepercayaan Institusi Terhadap Loyalitas Pengguna E-Money Campuspay.

Schiffman, G Leon., Kanuk, Leslie Lazar and Wisenblit, Joseph. 2010. *Consumer Behavior Tenth Edition*. New Jersey: Prentice Hall.

STIKES St. Vincentius A. Paulo. 2020. <https://ayokuliah.id/universitas/stikes-katolik-st-vincentius-a-paulosurabaya/#:~:text=Sebagai%20informasi>



[%20umum% 2C%20STIKES%20Katolik,total%20jumlah%20dosen%20sebanyak%2028](#) (DiaksesTgl. 06 November 2020 : Pk. 15.30)

- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sun, J. dan C. Zhang, H. 2010. Two Novel SNPs in Coding Region of The Caprine Fat-Inducing Transcriptgene and Their Association With Growth Traits. *Mol. Biol. Rep.* (hal. 37).
- Sunyoto, D. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Cetakan Pertama*. Yogyakarta: PT.BUKU HERU
- Tjiptono, F.2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik (Dua)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F, 2015. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta : Andi
- Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. 2020. Data Mahasiswa. <https://ayokuliah.id/universitas/universitas-katolik-widya-mandala-surabaya/#:~:text=pengelolaan%20Keuskupan%20Surabaya,-.Universitas%20ini%20didirikan%20pada%20tahun%201960%20melalui%20surat%20keputusan%20nomor,total%20jumlah%20dosen%20sebanyak%20248> (DiaksesTgl. 06 November 2020 : Pk. 15.46)
- Widjana, Mahardika Aditya, 2010, Determinan Faktor Penerimaan Terhadap Internet Banking Pada Nasabah Bank Di Surabaya. *Tesis*. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas. <https://www.ovo.id/about> (Diakses Pada Tgl. 30 September 2020 : Pk. 10.21)

