

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A . Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh promosi terhadap keputusan penggunaan aplikasi OVO, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa promosi OVO dikategorikan baik. Hal ini didukung oleh *direct marketing* karena OVO memiliki *official social media* yang mudah diakses serta menyediakan info-info terbaru tentang produknya sehingga memudahkan konsumen dalam mendapatkan informasi. Lalu didukung pula oleh *sales promotion* karena OVO sering memberikan voucher dan juga point belanja kepada konsumen pada setiap transaksi pembelian di beberapa mitra usaha. Kemudian didukung pula oleh *public relation* karena OVO sering bekerja sama dengan mitra usaha lain serta sering mengadakan event-event tertentu. Selain itu didukung pula oleh *personal selling* karena OVO memberikan diskon dengan menyebarkan brosur area publik dan yang terakhir didukung pula oleh *advertising* karena iklan yang ditampilkan OVO menarik dan mudah dimengerti.
2. Berdasarkan hasil pengolahan tersebut pula, keputusan penggunaan aplikasi OVO dikategorikan baik. Hal ini didukung oleh keputusan penggunaan OVO oleh responden, lalu responden memilih menggunakan OVO karena memberikan manfaat dan kemudahan dalam melakukan transaksi

pembelian serta memberikan kemudahan akses yang dapat digunakan diberbagai mitra usaha selain itu responden memprioritaskan karena harga yang diberikan lebih terjangkau daripada kompetitor.

3. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan penggunaan aplikasi OVO sebesar 0,462, yang berarti bahwa 46,2% variasi pada variabel keputusan penggunaan dapat dijelaskan oleh variabel promosi. Sedangkan sisanya sebesar 53,8% dijelaskan oleh variabel bebas lainnya yang tidak dianalisis pada penelitian ini seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, *content marketing*, dan sebagainya.

## **B . Saran**

Berdasarkan data yang sudah dianalisa serta pembahasan dan kesimpulan dalam penelitian yang telah dijabarkan, maka peneliti dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Bagi Aplikasi Ovo

Sebaiknya lebih banyak melakukan promosi iklan pada sosial media contohnya instagram. Dengan mengadakan *giveaway* atau dengan lebih sering melakukan festival yang bekerjasama dengan mitra usaha lain.

2. Bagi Peneliti Berikutnya

Bagi peneliti berikutnya diharapkan untuk dapat menambah atau memperbanyak variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian atau penggunaan, seperti kualitas pelayanan, persepsi kepercayaan, dan *celebrity endorser*.

### 3. Bagi Pelaku Bisnis

Bagi calon pelaku bisnis lain yang ingin membangun usaha khususnya dalam bidang *finance teknologi* atau *digital payment*, diharapkan untuk lebih banyak bekerja sama dengan mitra usaha lain dan diharapkan untuk menyediakan panduan manual atau video panduan untuk menggunakan aplikasi. Selain itu, diharapkan bagi calon pelaku bisnis untuk meningkatkan kualitas informasi dan kualitas produk dalam website atau situsnya agar konsumen merasa lebih yakin dengan keputusan penggunaan mereka pada aplikasi atau produk yang diinginkannya.