

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Persepsi kemudahan memiliki keterlibatan terhadap loyalitas pengguna DANA di Surabaya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik kemudahan penggunaan yang diberikan oleh DANA, maka akan semakin besar loyalitas pengguna pada DANA
2. Persepsi manfaat berkontribusi terhadap loyalitas pengguna DANA di Surabaya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketika DANA memberikan manfaat yang baik dan positif kepada penggunanya, maka pengguna tersebut akan cenderung menggunakan ulang DANA tersebut dan menjadi semakin loyal. Dengan ini persepsi manfaat menjadi pertimbangan yang mempengaruhi loyalitas pengguna
3. Persepsi kemudahan dimediasi kepuasan terhadap loyalitas pengguna DANA di Surabaya berkontribusi, sehingga dapat diartikan bahwa ketika DANA mudah dioperasikan oleh pengguna, maka pengguna DANA cenderung akan merasa senang dan puas dalam menggunakan aplikasi tersebut. Kepuasan dari kemudahan aplikasi DANA dapat meningkatkan loyalitas pada pengguna DANA
4. Persepsi manfaat dimediasi kepuasan terhadap loyalitas pengguna DANA di Surabaya memiliki keterlibatan. Manfaat yang dirasakan seorang pengguna terhadap layanan berbasis teknologi akan

mempengaruhi kepuasan yang berujung pada loyalitas penggunaan yang dibuktikan pada hasil penelitian ini

5.2 Saran

1. Persepsi kemudahan dan persepsi manfaat memiliki keterlibatan terhadap loyalitas. Diharap dapat dipertahankan dan semakin meningkatkan persepsi kemudahan juga persepsi manfaat dalam penggunaan aplikasi dengan tampilan yang lebih simpel dan mudah dipahami juga bermanfaat dan efektif efisien meningkatkan produktivitas. Perusahaan harus tetap mengevaluasi kebutuhan dan perilaku pengguna agar selalu dapat memberikan pelayanan yang optimal dan mempertahankan loyalitas pengguna terhadap *e-wallet* DANA.
2. Kepuasan memediasi persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap loyalitas. Langkah yang dapat diambil dengan meningkatkan dan mempertahankan hubungan baik dengan konsumen agar pengguna semakin loyal terhadap *e-wallet* DANA
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian, menambah variabel diluar variabel yang telah diteliti. Menambah variabel independen lain contohnya variabel persepsi resiko, citra perusahaan, kualitas layanan, daya tarik iklan, fitur layanan, dan lain sebagainya. Penelitian selanjutnya juga dapat menambah jumlah sampel penelitian atau memperluas wilayah penelitian sehingga hasilnya dapat dilihat dari sudut pandang yang berbeda.