BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian pada Laporan Akhir yang telah dibuat mengenai pengaruh kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment* OVO pada mahasiswa di Politeknik Negeri Sriwijaya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian pengujian secara parsial, dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel minat menggunakan layanan *mobile payment* OVO, hal ini berarti bahwa dengan adanya peningkatan kepercayaan akan meningkatkan minat menggunakan layanan *mobile payment* OVO, sedangkan variabel persepsi risiko berpengaruh signifikan dan negatif terhadap variabel minat menggunakan layanan *mobile payment* OVO, hal ini berarti bahwa dengan adanya peningkatan persepsi risiko akan menurunkan minat menggunakan layanan *mobile payment* OVO.
2. Berdasarkan hasil penelitian pengujian secara simultan, dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan dan variabel persepsi risiko berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel minat menggunakan layanan *mobile payment* OVO (Y), hal ini berarti bahwa dengan adanya peningkatan kepercayaan dan persepsi risiko akan meningkatkan minat menggunakan layanan *mobile payment* OVO.
3. Berdasarkan hasil koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel kepercayaan memiliki nilai sebesar 45,9% dan menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi minat menggunakan layanan *mobile payment*, sedangkan variabel persepsi risiko memiliki nilai sebesar 18,7%, sehingga variabel yang paling dominan mempengaruhi minat dalam menggunakan layanan *mobile payment* OVO pada mahasiswa di Politeknik Negeri Sriwijaya adalah variabel kepercayaan.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian, peneliti memberi beberapa saran yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Diharapkan PT Visionet Data International selaku perusahaan yang menciptakan layanan *mobile payment* OVO dapat mempertahankan dan meningkatkan unsur–unsur keunggulan layanan, seperti memberikan layanan yang berkualitas, memberikan keamanan transaksi, dan juga selalu menjaga reputasi layanan jasa sehingga akan timbul rasa percaya konsumen terhadap layanan tersebut agar minat konsumen dalam menggunakan layanan *mobile payment* OVO menjadi meningkat untuk kemajuan perusahaan ditengah persaingan di dunia transaksi non-tunai yang semakin kompetitif dan akhirnya mampu mempertahankan konsumennya.
2. Diharapkan bagi konsumen yang ingin menggunakan layanan *mobile payment* sebaiknya mempertimbangkan unsur kredibilitas layanan tersebut.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambahkan variabel lain yang mungkin memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment* OVO selain variabel kepercayaan dan persepsi risiko.