

## **BAB V**

### **SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis tentang pengaruh gaya hidup dan E Wom terhadap keputusan pengguna aplikasi OVO di Kota Madiun, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Gaya hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna aplikasi OVO di Kota Madiun.
2. E Wom berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna aplikasi OVO di Kota Madiun.

#### **B. Keterbatasan dan Implikasi Manajerial**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka implikasi manajerial yang dapat diterapkan pada perusahaan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian variabel gaya hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna aplikasi OVO di Kota Madiun. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan perlu mengembangkan strategi pemasaran yang relevan dengan gaya hidup digital penggunanya. Misalnya, memperkuat fitur-fitur aplikasi OVO yang mendukung gaya hidup modern seperti pembayaran cepat, kemudahan integrasi dengan akun bank, dan promosi eksklusif untuk transaksi online maupun offline. Selain itu, menciptakan komunitas pengguna yang aktif dapat memperkuat loyalitas pelanggan dan mendorong pengguna untuk merekomendasikan aplikasi kepada orang lain.

2. Hasil penelitian variabel *E-Wom* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna aplikasi OVO di Kota Madiun. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan harus mengelola ulasan dan testimoni online secara proaktif, seperti memberikan tanggapan cepat terhadap feedback pengguna di media sosial atau platform ulasan. Menggunakan strategi pemasaran berbasis *E-WOM*, seperti kampanye yang mendorong pengguna untuk memberikan ulasan positif setelah transaksi, dapat memperkuat citra positif aplikasi. Selain itu, menampilkan ulasan pengguna yang relevan dan kredibel di *platform* resmi aplikasi dapat meningkatkan keyakinan calon pengguna untuk mengambil keputusan.

Selain itu peneliti menyadari adanya beberapa keterbatasan dari penelitian ini antara lain yaitu:

1. Penelitian ini hanya mencakup sampel di wilayah Kota Madiun yang mungkin memiliki karakteristik gaya hidup dan perilaku digital yang spesifik, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasi ke seluruh pengguna aplikasi OVO di berbagai wilayah atau segmen pasar. Hal ini menjadi batasan dalam memahami pengaruh gaya hidup dan *E-WOM* pada populasi yang lebih luas.
2. Penelitian ini hanya berfokus pada variabel gaya hidup dan *E-WOM* tanpa mempertimbangkan faktor lain yang juga dapat memengaruhi keputusan pengguna, seperti harga layanan, kualitas fitur aplikasi, atau

faktor demografis. Akibatnya, kontribusi faktor-faktor tersebut terhadap keputusan pengguna mungkin belum tergambarkan secara menyeluruh.

### C. Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan simpulan yang telah disebutkan adalah:

#### 1. Saran Praktis

- a. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan Analisis data untuk mengidentifikasi aspek mana yang paling berpengaruh terhadap keputusan pengguna.
- b. Mengambil variable bebas lain yang mempengaruhi keputusan pengguna.
- c. Mengambil sampel dan objek penelitian yang berbeda sehingga akan diperoleh hasil yang berbeda.

#### 2. Saran Teoritis

Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan studi kualitatif mendalam melalui wawancara atau *focus group discussion digital marketing*. Selain itu juga lebih memperluas landasan teori yang berkaitan dengan gaya hidup dan *electronic word of mouth*.

#### 3. Saran Akademis

Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan desain eksperimental yang dapat mengendalikan faktor-faktor eksternal dan memperkuat validitas data. Hal ini bertujuan untuk memperoleh data yang sesuai dengan tujuan penelitian.