

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan penelitian yang telah dilakukan terkait dengan pengaruh *sales promotion*, *security* dan *convenience* terhadap *customer satisfaction* pada *customer e-wallet* Gopay Kota Medan, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Sales promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada *customer e-wallet* Gopay Kota Medan. Sebagaimana pada uji T bahwa H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak.
2. *Security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada *customer e-wallet* Gopay Kota Medan. Sebagaimana pada uji T bahwa H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak.
3. *Convenience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada *customer e-wallet* Gopay Kota Medan. Sebagaimana pada uji T bahwa H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak.
4. *Sales promotion*, *security* dan *convenience* berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap *customer satisfaction* pada *customer e-wallet* Gopay Kota Medan. Sebagaimana pada uji T bahwa H_{a4} diterima dan H_{o4} ditolak.

B. Saran - Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disampaikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan, dianjurkan untuk meningkatkan *sales promotion*, *security* dan *convenience* karena terbukti dengan variabel-variabel tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap Gopay sebanyak 60%.
2. Bagi peneliti selanjutnya, dianjurkan untuk menambah variabel lain yang mempengaruhi *customer satisfaction* selain dari variabel *sales promotion*, *security* dan *convenience* sehingga variabel-variabel lain yang mempengaruhi *customer satisfaction* dapat teridentifikasi lebih banyak lagi. Selain itu juga diperlukan penelitian yang mencakup populasi dan sampel yang lebih besar

sehingga dapat memperoleh fakta baru yang terjadi di era digitalisasi ke depan, sehingga dapat menjadi acuan dalam pengembangan literasi dan riset dalam bidang ekonomi manajemen.

