

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Word Of Mouth*, dan Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet DANA Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menggunakan *E-Wallet* DANA pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang. Hal ini terbukti bahwa *e-wallet* DANA berusaha menyediakan berbagai macam fitur-fitur untuk memudahkan konsumen serta membuat konsumen nyaman terhadap DANA. Adapun fitur-fitur dari *e-wallet* DANA sendiri antara lain fitur *daily*, transfer, *bills*, *entertainment*, keuangan, *top up*, asuransi pribadi, *charity*, transportasi, belanja, dan kesehatan. Maka dapat diartikan, semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin mempengaruhi perilaku konsumen sehingga memunculkan niat konsumen untuk memutuskan sesuatu yang dalam hal ini yaitu untuk menggunakan *e-wallet* DANA.
2. *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menggunakan *E-Wallet* DANA Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *Word Of Mouth* menjadi variabel yang paling berpengaruh karena nilai *t* hitung lebih besar dari dua variabel independen lainnya. Hal ini terbukti

bahwa melalui *word of mouth* konsumen dapat lebih yakin dan percaya untuk menggunakan *e-wallet* DANA, karena dengan adanya *review-riview* dari konsumen yang biasanya dari orang-orang terdekat seperti keluarga, teman, tetangga yang menjelaskan *e-wallet* DANA dengan baik. Selain itu, *e-wallet* DANA dapat memudahkan konsumen terutama mahasiswa untuk melakukan transaksi kapan pun dan dimana pun. Maka dapat diartikan, semakin baiknya *word of mouth* terhadap suatu produk maka akan meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen dalam membuat keputusan untuk menggunakan *e-wallet* DANA.

3. Etika Bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menggunakan *E-Wallet* DANA Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang. Hal ini terbukti bahwa dengan adanya etika bisnis islam, konsumen dapat mengetahui kebenaran dari *e-wallet* DANA yang mana melalui DANA konsumen tidak dirugikan dan aman ketika menggunakan karena sesuai dengan ajara islam. Maka dapat diartikan, semakin Baiknya etika bisnis islam dalam suatu produk maka akan membangun kepercayaan konsumen karena sesuai dengan syariat islam sehingga dapat meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan *e-wallet* DANA.
4. Berdasarkan pengujian secara simultan, hasil penelitian membutuhkan bahwa variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X1), *Word Of Mouth* (X2), dan Etika Bisnis Islam (X3) mempunyai pengaruh positif

dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Menggunakan (Y) pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang. Adanya kualitas pelayanan yang semakin meningkat yang dilihat dari banyaknya fitur-fitur dari *e-wallet* DANA sehingga mempermudah konsumen dalam bertransaksi, kemudian diikuti pengaruh *word of mouth* dari konsumen yang memberikan *review-riview* yang baik mengenai *e-wallet* DANA sehingga konsumen baru menjadi lebih yakin untuk menggunakan, serta fakta bahwa etika bisnis islam yang baik akan membuat masyarakat khususnya Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang tertarik dalam memutuskan untuk menggunakan *e-wallet* DANA.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi pihak *e-wallet* DANA disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanannya sesuai dengan perkembangan kondisi dan teknologi karena semakin baik kualitas pelayanan maka semakin meningkat keinginan konsumen dalam memutuskan untuk menggunakan *e-wallet* DANA. Kemudian lebih menonjolkan produk dengan mengembangkan fitur-fitur di aplikasi yang memudahkan dan tidak merugikan konsumen, sehingga konsumen yang menggunakan *e-wallet* DANA akan merasa bahwa DANA sangat dibutuhkan dan menguntungkan konsumen ditambah lagi sesuai dengan syariat islam.

2. Bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian sejenis diharapkan untuk dapat menambahkan variabel lain seperti kualitas produk, iklan, citra merek dan lain sebagainya sehingga dapat mengembangkan penelitian ini. Kemudian bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk memperluas populasi dan sampel penelitian yang dapat dilakukan di berbagai tempat, tidak hanya dikalangan mahasiswa namun juga masyarakat umum, agar penelitian selanjutnya lebih baik.