

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Didasarkan hasil pembahasan penelitian ini, maka:

1. Berdasarkan pengujian hipotesis 1 (H_1) bahwa ada dampak signifikan positif *e-Service Quality* atas *e-Satisfaction*, makin baik *e-Service Quality* makin mengalami peningkatan *e-Satisfaction* pemakai aplikasi Tokocrypto meningkat.
2. Berdasarkan pengujian hipotesis 2 (H_2) bahwa ada dampak signifikan positif *e-Trust* atas *e-Satisfaction*, makin baik *e-Trust* makin mengalami peningkatan *e-Satisfaction* pemakai aplikasi Tokocrypto meningkat.
3. Berdasarkan pengujian hipotesis 3 (H_3) bahwa ada dampak signifikan positif *e-satisfaction* atas *e-Loyalty*, makin baik *e-satisfaction* makin mengalami peningkatan *e-Loyalty* pemakai aplikasi Tokocrypto.
4. Berdasarkan pengujian hipotesis 4 (H_4) bahwa ada dampak signifikan positif *e-Service Quality* atas *e-Loyalty*, makin baik *e-Service Quality* makin mengalami peningkatan *e-Loyalty* pemakai aplikasi Tokocrypto.
5. Berdasarkan pengujian hipotesis 5 (H_5) bahwa ada pengaruh signifikan positif *e-Trust* atas *e-Loyalty*, makin baik *e-Trust* maka makin meningkatnya *e-Loyalty* pemakai aplikasi Tokocrypto.
6. Berdasarkan pengujian hipotesis 6 (H_6) bahwa ada pengaruh signifikan positif *E-service quality* dari *e-Satisfaction* atas *e-Loyalty*, makin baik *e-loyalti* akan membuat makin baik pula *e-service quality* dimana memberi

dampak pada *e-Satisfaction* dan membuat peningkatan pemakai aplikasi Tokocrypto.

7. Berdasarkan pengujian hipotesis 7 (H₇) bahwa tidak ada pengaruh signifikan positif *e-Trust* dari *e-Satisfaction* atas *e-Loyalty*, makin baik *e-Trust* maka akan memberi dampak pada *e-Satisfaction* dan memberi peningkatan pada *e-Loyalty* pemakai aplikasi Tokocrypto.

5.2 Implikasi

1. Implikasi Teoritis
 - a. Tokocrypto harus terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan yang ada agar dapat terus memuaskan pelanggan dan mempertahankan loyalitas mereka. Implikasi praktis dari temuan ini adalah bahwa Tokocrypto sebaiknya terus menjaga dan bahkan meningkatkan dua aspek utama dari e-Service Quality yang menjadi perhatian positif para pengguna, yaitu Tokocrypto perlu terus fokus pada aspek-aspek ini untuk memastikan bahwa kepuasan pengguna tetap tinggi dan berpotensi meningkatkan loyalitas serta kepercayaan terhadap layanan mereka.
2. Implikasi Praktis
 - a. Peningkatan kualitas layanan elektronik (e-Service) pada aplikasi Tokocrypto bisa menjadi langkah strategis. Seringnya terjadi error dan pemeliharaan yang mengganggu momentum jual-beli aset kripto menunjukkan perlunya fokus pada peningkatan infrastruktur dan teknologi. Dengan memperbaiki masalah teknis dan memastikan stabilitas platform, akan ada pengurangan downtime, peningkatan kepuasan

pengguna, serta dorongan untuk lebih banyak transaksi. Hal ini bisa membantu mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap Tokocrypto dan meningkatkan daya saing dengan aplikasi lain yang menawarkan pengalaman pengguna lebih andal.

- b. Tokocrypto adalah salah satu platform perdagangan kripto terkemuka di Indonesia yang tetap layak dipergunakan oleh para pengguna. Di tengah persaingan pasar kripto yang semakin ketat, Tokocrypto harus terus berinovasi dengan menambahkan fitur-fitur baru dan memperluas pilihan aset kripto yang tersedia.

5.3 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian mempergunakan empat indikator untuk mengukur e-loyalty. Penggunaan indikator yang terbatas ini mungkin tidak dapat menangkap seluruh aspek dari e-loyalty.
2. Metode mempergunakan penelitian kuantitatif. Meskipun metode ini memungkinkan pengukuran objektif dan generalisasi hasil, pendekatan ini mungkin tidak dapat menangkap nuansa dan pemahaman mendalam tentang perilaku dan persepsi pengguna yang bisa diperoleh melalui penelitian kualitatif.
3. Penelitian ini hanya menjangkau wilayah DKI Jakarta. Keterbatasan ini berarti bahwa hasil penelitian mungkin tidak dapat digeneralisasikan ke daerah lain, terutama dengan karakteristik demografis dan ekonomi yang berbeda.

5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Penelitian mendatang disarankan untuk mempergunakan lebih banyak indikator dalam mengukur e-loyalty. Hal ini akan membantu memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif dan representatif tentang e-loyalty.
2. Menggunakan metode penelitian kualitatif atau pendekatan campuran (mixed methods). Maka, penelitian dapat mengukur aspek objektif serta memahami lebih dalam mengenai persepsi dan pengalaman pengguna.
3. Penelitian selanjutnya sebaiknya mencakup area geografis yang lebih luas dan beragam. Hal ini akan memungkinkan generalisasi hasil penelitian yang lebih baik dan memperhitungkan variasi demografis dan ekonomi yang berbeda di berbagai daerah.

