

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap 177 responden dengan karakteristik yang berdomisili di DKI Jakarta, berusia minimum 17 tahun, dan pernah menggunakan *e-wallet* ShopeePay dalam tiga bulan terakhir. Penelitian ini menggunakan model *Structural Equation Modeling Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan didukung oleh *software* SmartPLS 4 untuk mengolah data penelitian. Setelah melakukan tahapan analisis dan beberapa uji untuk menganalisis hubungan antara konstruk dalam suatu model dan menguji hipotesis yang terkait dengan hubungan tersebut, dapat ditarik beberapa kesimpulan pada penelitian ini meliputi:

- 1) Dikemukakan bahwa hipotesis pertama (H1), yaitu *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* pengguna ShopeePay di DKI Jakarta diterima. Semakin tinggi *e-service quality* yang dirasakan oleh pengguna maka semakin meningkat *e-satisfaction* yang diberikan oleh pengguna ShopeePay. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan.
- 2) Dikemukakan bahwa hipotesis dua (H2), yaitu *e-trust* terhadap *e-satisfaction* pengguna ShopeePay di DKI Jakarta diterima. Semakin tinggi *e-trust* dari pengguna maka semakin meningkat *e-satisfaction* yang

diberikan oleh pengguna ShopeePay. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan.

- 3) Dikemukakan bahwa hipotesis tiga (H3), yaitu *perceived usefulness* terhadap *e-satisfaction* pengguna ShopeePay di DKI Jakarta ditolak. Hal ini bisa terjadi karena manfaat yang dirasakan pengguna dari ShopeePay bisa didapatkan dari *e-wallet* lainnya serta memiliki manfaat yang tidak jauh beda. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan.
- 4) Dikemukakan bahwa hipotesis empat (H4), yaitu *e-service quality* terhadap *e-loyalty* pengguna ShopeePay di DKI Jakarta ditolak. Hal ini bisa terjadi karena meskipun ShopeePay telah memberikan layanan dengan kualitas yang baik, itu tidak menjamin para pengguna ShopeePay untuk tidak beralih ke *e-wallet* lain. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan.
- 5) Dikemukakan bahwa hipotesis lima (H5), yaitu *e-satisfaction* terhadap *e-loyalty* pengguna ShopeePay di DKI Jakarta diterima. *E-satisfaction* menentukan loyalitas atau tidaknya seseorang untuk menggunakan ShopeePay. Semakin tinggi *e-satisfaction* yang dirasakan oleh pengguna maka semakin meningkat *e-loyalty* yang diberikan oleh pengguna ShopeePay. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan.
- 6) Dikemukakan bahwa hipotesis keenam (H6), yaitu *perceived usefulness* terhadap *e-loyalty* pengguna ShopeePay di DKI Jakarta diterima. Semakin

baik *perceived usefulness* yang dirasakan oleh pengguna maka semakin meningkat *e-loyalty* yang diberikan oleh pengguna ShopeePay. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan.

7) Dikemukakan bahwa hipotesis tujuh (H7), yaitu *e-service quality* terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction* pengguna ShopeePay di DKI Jakarta ditolak. Walaupun ShopeePay telah memberikan layanan dengan kualitas yang baik, hal itu tidak menjamin para pengguna ShopeePay untuk loyal dan tidak beralih ke *e-wallet* lain. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan.

8) Dikemukakan bahwa hipotesis delapan (H8), yaitu *e-trust* terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction* pengguna ShopeePay di DKI Jakarta diterima. Semakin terjaga *e-trust* pengguna maka akan semakin puas pula pengguna sehingga akan meningkatkan loyalitas pengguna ShopeePay. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan.

9) Dikemukakan bahwa hipotesis sembilan (H9), yaitu *perceived usefulness* terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction* pengguna ShopeePay di DKI Jakarta diterima. Semakin meningkatnya *perceived usefulness* yang dirasakan pengguna maka akan semakin puas pula pengguna sehingga akan meningkatkan loyalitas pengguna ShopeePay. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan.

## 5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi bagi beberapa pihak di bawah ini:

### 5.2.1 Implikasi Teoritis

Pada penelitian ini, peneliti mengharapkan agar masyarakat luas yang membaca penelitian ini dapat menambah pengetahuan serta pandangan baru mengenai loyalitas dari para pengguna ShopeePay khususnya di DKI Jakarta. Kemudian, hasil temuan ini juga dapat memberikan kontribusi pada pengembangan analisis tentang faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pengguna ShopeePay sehingga dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan bagi para pembacanya.

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa *e-service quality*, *e-trust* dan *perceived usefulness* memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap *e-loyalty* pengguna ShopeePay. Tingginya tingkat *e-service quality*, *e-trust* dan *perceived usefulness* akan berpengaruh terhadap tanggapan *e-satisfaction* kearah positif yang akan berdampak pada meningkatnya *e-loyalty* pengguna ShopeePay.

### 5.2.2 Implikasi Praktis

Adapun untuk implikasi praktis yang dihasilkan berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan landasan bagi pengguna ShopeePay maupun perusahaan Shopee Indonesia, sehingga dari hasil ini dapat memberikan referensi dalam hal menentukan strategi

yang tepat untuk meningkat loyalitas dari pengguna ShopeePay itu sendiri.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti telah berusaha semaksimal mungkin mengikuti prosedur yang telah ditentukan untuk mendapatkan hasil yang diharapkan. Namun, peneliti sadar masih terdapat kekurangan dan keterbatasan pada penelitian yang diselenggarakan, yaitu:

- 1) Adanya keterbatasan waktu, pikiran, serta tenaga untuk penelitian sehingga peneliti merasa masih belum dapat meneliti secara menyeluruh tentang permasalahan yang ada pada ShopeePay seperti, akun ShopeePay yang dapat dibobol, ShopeePay yang tidak dapat digunakan untuk transaksi, dan lain-lain.
- 2) Pada penelitian ini, tempat penelitian hanya dibatasi di DKI Jakarta saja, sehingga tidak dapat mewakili secara keseluruhan pada masyarakat pengguna *e-wallet* ShopeePay diluar DKI Jakarta.
- 3) Penelitian ini hanya dibatasi untuk variabel *e-service quality*, *e-trust*, *perceived usefulness*, *e-satisfaction*, dan *e-loyalty* pada pengguna ShopeePay di DKI Jakarta. Sedangkan variabel *e-loyalty* juga dapat telah terpengaruh dari banyak faktor lain.

### 5.4 Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan pada hasil serta keterbatasan yang ada pada penelitian ini, terdapat beberapa rekomendasi bagi penelitian selanjutnya yang bertujuan

untuk pengembangan atau peningkatan penelitian ini. Adapun rekomendasi yang disarankan, yaitu:

- 1) Pada penelitian selanjutnya, diharapkan untuk lebih meningkatkan referensi lain untuk mendukung hasil yang diperoleh.
- 2) Pada penelitian selanjutnya, diharapkan dapat mempertimbangkan variabel lainnya yang dapat menentukan pengaruh terhadap *e-loyalty*, meningkatkan variabel lain, atau model lainnya guna melakukan pengukuran masing-masing variabel.
- 3) Pada penelitian selanjutnya, diharapkan dapat memperluas wilayah yang akan menjadi tempat penelitian. Hal tersebut dikarenakan agar peneliti selanjutnya bisa mendapatkan lebih banyak responden dan data yang diperoleh lebih lengkap dan beragam.

