

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap 204 responden dengan karakteristik yang berdomisili di DKI Jakarta, berusia minimum 17 tahun, dan pengguna aplikasi MyTelkomsel. 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. *E-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* pada pengguna MyTelkomsel. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik tingkat *e-service quality* yang diberikan oleh MyTelkomsel maka akan meningkatkan tingkat loyalitas pada penggunanya.
2. *E-WOM* tidak memiliki pengaruh terhadap *e-loyalty* pada pengguna MyTelkomsel. Maka dapat disimpulkan bahwa ulasan-ulasan yang terdapat pada media sosial tidak memengaruhi tingkat loyalitas para pengguna MyTelkomsel.
3. *E-trust* tidak memiliki pengaruh terhadap *e-loyalty* pada pengguna MyTelkomsel. Maka dapat disimpulkan bahwa *e-trust* bukan lah aspek yang memengaruhi tingkat loyalitas para pengguna MyTelkomsel.

4. *E-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction* pada pengguna MyTelkomsel. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik tingkat *e-service quality* yang diberikan oleh MyTelkomsel maka akan meningkatkan tingkat kepuasan pada penggunanya.
5. *e-WOM* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction* pada pengguna MyTelkomsel. Maka dapat disimpulkan bahwa ulasan-ulasan (*e-WOM*) yang dituliskan para pengguna dapat memengaruhi tingkat kepuasan pengguna lainnya pada aplikasi MyTelkomsel.
6. *E-trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction* pada pengguna MyTelkomsel. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik tingkat kepercayaan yang dibangun dan diberikan oleh MyTelkomsel maka akan meningkatkan tingkat kepuasan pada penggunanya.
7. *E-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction* pada pengguna MyTelkomsel. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik tingkat kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) yang diberikan oleh MyTelkomsel akan mendorong kepuasan pengguna, dan kepuasan tersebut yang akan membangun loyalitas pengguna terhadap aplikasi MyTelkomsel.
8. *E-WOM* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction* pada pengguna MyTelkomsel. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik ulasan elektronik (*e-WOM*) atau ulasan yang terdapat pada media sosial dan platform online akan mendorong kepuasan pengguna, dan

kepuasaan tersebut yang akan membangun loyalitas pengguna terhadap aplikasi MyTelkomsel.

9. *E-trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction* pada pengguna MyTelkomsel. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik tingkat kepercayaan elektronik (*e-service quality*) yang dibangun oleh MyTelkomsel akan mendorong kepuasan pengguna, dan kepuasan tersebut yang akan membangun loyalitas pengguna terhadap aplikasi MyTelkomsel.
10. *E-satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* pada pengguna MyTelkomsel. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik tingkat kepuasan yang diberikan oleh MyTelkomsel maka akan meningkatkan tingkat loyalitas pada penggunanya.

## **5.2 Implikasi**

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

### **5.2.1 Implikasi Teoritis**

Hasil dari penelitian ini memberikan bukti baru yang mendukung atau memperkuat teori yang sudah ada mengenai faktor-faktor apa saja yang memengaruhi *e-loyalty* dengan *e-satisfaction* sebagai *intervening* pada pengguna MyTelkomsel. Pada penelitian ini ditemukan bahwa *e-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty*. Selain itu, ditemukan bahwa *e-WOM* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *e-loyalty*. Kemudian,

ditemukan juga bahwa *e-trust* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *e-loyalty*. Lalu, dalam penelitian ini ditemukan bahwa *e-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction*. Kemudian, dalam penelitian ini ditemukan bahwa *e-WOM* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction*. Selanjutnya, dalam penelitian ini ditemukan bahwa *e-trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction*. Selanjutnya, pada penelitian ini ditemukan bahwa *e-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction*. Selanjutnya, pada penelitian ini ditemukan bahwa *e-WOM* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction*. Selanjutnya, pada penelitian ini ditemukan bahwa *e-trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction*. Selanjutnya, dalam penelitian ini ditemukan bahwa *e-satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty*. Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil uji hipotesis yang sudah dilakukan bahwa terdapat dua hipotesis yang tidak diterima.

Oleh karena itu, temuan pada penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman kita mengenai faktor-faktor apa saja yang memengaruhi tingkat loyalitas pada pengguna aplikasi MyTelkomsel dan dapat menjadi landasan untuk melakukan pengembangan teori yang lebih lanjut dan perancangan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas para pengguna aplikasi MyTelkomsel.

### 5.2.2 Implikasi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan perspektif baru dan kontribusi signifikan terhadap kajian *e-loyalty*, terutama dalam kaitannya dengan aspek relevansi.

Pada uji deskriptif, variabel pertama yaitu *e-service quality* memiliki mayoritas respon positif dengan nilai indikator tertinggi pada 'setuju' sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden memberikan perspektif positif terhadap kemudahan dalam menemukan segala kebutuhan seperti opsi pembayaran, bantuan untuk keluhan dan juga fitur lainnya. Namun, masih terdapat indikator yang mendapatkan respon negatif dengan nilai 'tidak setuju' yaitu mengenai jarang terjadi kesalahan atau error pada aplikasi MyTelkomsel dan kecepatan berjalannya aplikasi ini. Maka dari itu pihak Telkomsel selaku pengelola aplikasi MyTelkomsel diharapkan dapat memperbaiki kinerja pada aplikasi tersebut agar aplikasi MyTelkomsel dapat berjalan dengan lancar sehingga tidak terjadi kesalahan yang membuat para pengguna kecewa.

Pada variabel kedua yaitu *e-WOM* memiliki mayoritas respon positif dengan nilai indikator tertinggi pada 'setuju' sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden memberikan perspektif positif terhadap banyaknya ulasan yang ditulis pengguna lain di sosial media serta informasi terkait harga produk pada aplikasi MyTelkomsel. Selain itu, terdapat indikator yang mendapatkan respon negatif dengan nilai 'tidak setuju' yaitu mengenai terdapat ulasan negatif mengenai produk yang ditawarkan pada aplikasi MyTelkomsel. Maka dari itu, pihak

MyTelkomsel diharapkan meningkatkan kualitas dari berbagai aspek yang ada pada aplikasi MyTelkomsel tersebut agar tidak ada lagi ulasan-ulasan negatif sebagai bentuk ungkapan keluhan atau kekecewaan yang diberikan para pengguna nya.

Pada variabel ketiga yaitu *e-trust* memiliki mayoritas respon positif dengan nilai indikator tertinggi pada 'setuju' sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden memberikan perspektif positif terhadap rasa aman yang dirasakan pada saat melakukan transaksi pada aplikasi Mytelkomsel. Selain itu, terdapat indikator yang mendapatkan respon negatif dengan nilai 'tidak setuju' yaitu mengenai rasa kepercayaan pada aplikasi MyTelkomsel dalam menjaga kerahasiaan data saat melakukan transaksi. Maka dari itu, diharapkan perusahaan Telkomsel sebagai pengelola aplikasi MyTelkomsel lebih meningkatkan penjagaan kerahasiaan data para pengguna saat melakukan transaksi agar para pengguna tidak merasa waspada saat melakukan transaksi pada aplikasi MyTelkomsel.

Pada variabel keempat yaitu *e-satisfaction* memiliki mayoritas respon positif dengan nilai indikator tertinggi pada 'setuju' sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden memberikan perspektif positif terhadap rasa kepuasan dalam bertransaksi dengan menggunakan aplikasi MyTelkomsel. Selain itu, terdapat indikator yang mendapatkan respon negatif dengan nilai 'tidak setuju' yaitu mengenai rasa kepuasan pada pelayanan keluhan yang diberikan pada aplikasi MyTelkomsel. Maka dari itu, diharapkan MyTelkomsel dapat meningkatkan kinerja layanan pelanggan sebagai garda terdepan untuk melayani keluhan para pelanggan pada aplikasi ini.

Pada variabel kelima yaitu *e-loyalty* memiliki mayoritas respon positif dengan nilai indikator tertinggi pada 'setuju' sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden memberikan perspektif positif terhadap rasa loyalitas atau penggunaan kembali aplikasi MyTelkomsel pada masa yang akan datang. Selain itu, terdapat indikator yang mendapatkan respon negatif dengan nilai 'tidak setuju' yaitu mengenai komitmen untuk menggunakan aplikasi MyTelkomsel. Maka dari itu, diharapkan perusahaan Telkomsel sebagai pengelola aplikasi MyTelkomsel lebih meningkatkan berbagai aspek yang terdapat pada aplikasi tersebut agar membuat para pengguna nya melakukan komitmen untuk selalu menggunakan aplikasi MyTelkomsel.

### 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. Pada penelitian ini, tempat penelitian hanya dibatasi di DKI Jakarta saja, sehingga tidak dapat mewakili secara keseluruhan pada masyarakat pengguna aplikasi MyTelkomsel diluar DKI Jakarta.
2. Penelitian ini hanya dibatasi untuk variabel *e-service quality*, *e-WOM*, *e-trust*, *e-satisfaction*, dan *e-loyalty* pada pengguna MyTelkomsel di DKI Jakarta. Sedangkan variabel *e-loyalty* juga memiliki pengaruh dari banyak faktor lain.

3. Karena pengambilan data dilakukan secara online, sehingga pengambilan responden tidak merata dan diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih komprehensif.

#### 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, agar dapat mempertimbangkan variabel lainnya yang dapat menentukan pengaruh terhadap *e-loyalty*, meningkatkan variabel lain, atau model lainnya guna melakukan pengukuran masing-masing variabel.
2. 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.
3. Pada penelitian selanjutnya, diharapkan dapat melakukan pengambilan data tidak hanya melalui online namun juga dilakukan secara offline agar data dan responden yang diperoleh merata.