

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan data dari hasil uji penelitian di bab IV yang berjudul “Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Loyalty melalui E-Satisfaction sebagai variabel Intervening pengguna Gopay” maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan E-Service Quality terhadap E-Satisfaction. hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi E-Service Quality yang diberikan maka akan meningkatkan E-Satisfaction pengguna Gopay
2. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan E-Trust terhadap E-Satisfaction. hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi E-Trust yang diberikan maka akan meningkatkan E-Satisfaction pengguna Gopay
3. Tidak Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan E-Satisfaction terhadap E-Loyalty dimana hal ini menunjukkan bahwa E-Loyalty pengguna Gopay tidak ditentukan dari E-Satisfaction saja
4. Tidak terdapat pengaruh secara positif dan signifikan E-Service Quality terhadap E-Loyalty hal ini menunjukkan bahwa E-Loyalty pengguna Gopay tidak ditentukan dari E-Service Quality saja
5. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan E-Trust terhadap E-Loyalty hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi E-Trust yang diberikan maka akan meningkatkan E-Loyalty pengguna Gopay
6. Tidak terdapat pengaruh secara positif dan signifikan E-Service Quality melalui E-Satisfaction terhadap E-Loyalty, hal ini menunjukkan bahwa E-Satisfaction tidak terbukti sebagai variabel Intervening dan dapat diartikan bahwa E-Loyalty pengguna Gopay tidak ditentukan oleh E-Service Quality maupun E-Satisfaction
7. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan E-Trust melalui E-Satisfaction terhadap E-Loyalty, hal ini menunjukkan bahwa E-Satisfaction terbukti sebagai variabel Intervening dan dapat diartikan bahwa ada atau tidaknya E-Satisfaction pengguna gopay akan tetap puas

## 5.2 Implikasi

### 5.2.1 Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan pengembangan pada penelitian yang membahas variabel *e-service quality*, *e-trust* terhadap *e-loyalty* dengan *e-satisfaction* sebagai variabel intervening pengguna Gopay.

### 5.2.2 Praktis

Hasil penelitian diharapkan bisa menjadi pertimbangan yang penting untuk Gopay kedepannya, pada variabel *e-service quality* nilai terendah terdapat pada indikator “Layanan customer service Gopay mudah untuk dihubungi” dalam hal ini menunjukkan bahwa pengguna merasa bahwa layanan customer service Gopay susah untuk dihubungi. Maka hal ini dapat ditingkatkan dengan cara mengevaluasi customer service dan menggunakan teknologi terbaru agar lebih efisien dan pengguna bisa merasa puas. Pada variabel *e-trust* nilai terendah terdapat di indikator “saya yakin aplikasi Gopay bisa memberikan pelayanan dan perlindungan jika konsumen mengalami masalah” dalam hal ini menunjukkan bahwa pengguna merasa bahwa Gopay tidak akan memberikan pelayanan atau perlindungan terhadap pengguna jika mereka sedang mengalami masalah, hal ini dapat ditingkatkan dengan cara memberikan kompensasi atau ganti rugi terhadap pengguna yang mengalami masalah dan dirugikan akibat itu. Pada variabel *e-satisfaction* nilai terendah terdapat di indikator “saya merasa nyaman dan puas dengan fitur-fitur yang disediakan Gopay” dalam hal ini menunjukkan bahwa pengguna masih merasakan bahwa masih ada fitur yang dirasa tidak cocok atau susah untuk digunakan, hal ini dapat ditingkatkan dengan cara membuat fitur di aplikasi tidak susah dan memberikan panduan ketika sedang menggunakan fitur tersebut. Pada variabel *e-loyalty* nilai terendah terdapat pada indikator “saya membeli kembali produk di Gopay secara konsisten” hal ini menandakan bahwa pengguna merasa produk yang ada di Gopay cukup dibeli hanya sekali saja, hal ini dapat ditingkatkan dengan cara memberikan promo dan diskon menarik agar pengguna mau melakukan pembelian berulang di Gopay.

## 5.3 Rekomendasi

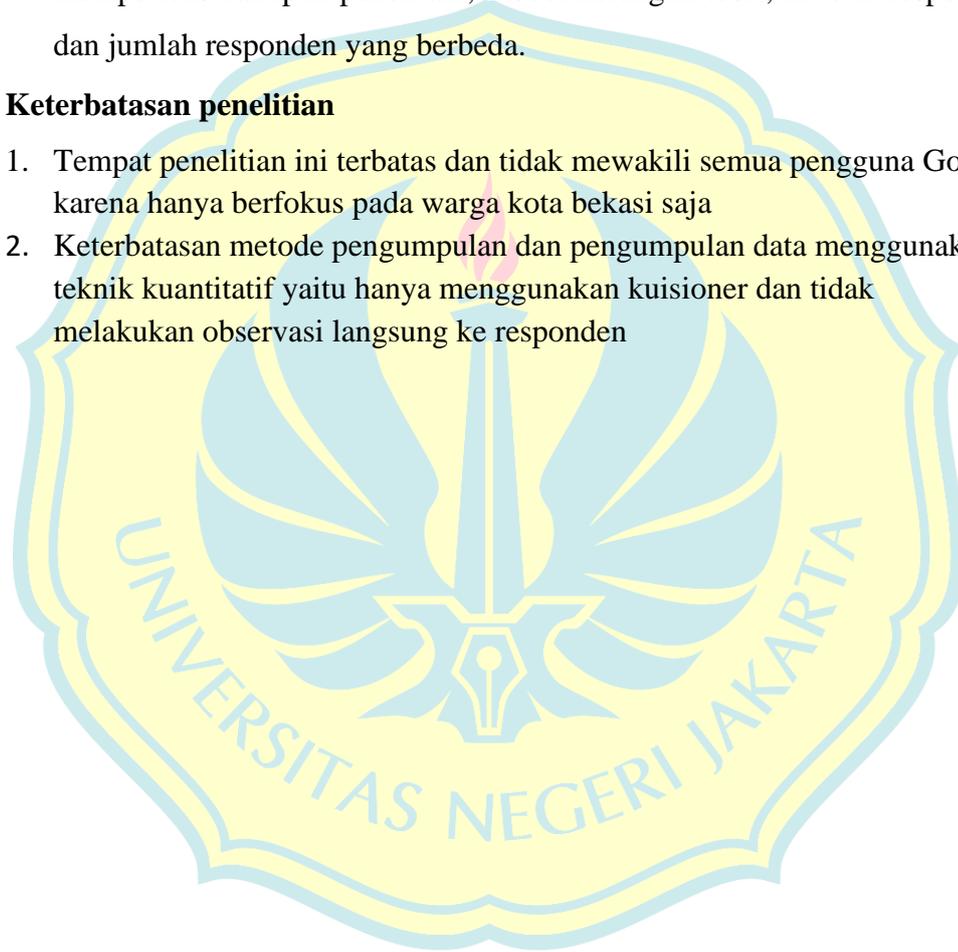
1. Untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan variabel yang sama yaitu *E-Service Quality*, *E-Trust*, *E-Satisfaction* dan *E-Loyalty* namun dengan objek penelitian yang berbeda agar variabel dalam penelitian ini dapat terus dikembangkan.
2. Untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan objek yang sama dengan penelitian ini namun dengan analisis perspektif yang berbeda dan variabel yang berbeda seperti *E-Perceived value* agar bisa memperluas penelitian

dan adanya kemungkinan variabel lain yang memengaruhi *E-Loyalty*, karena perlu diketahui bahwa penelitian ini tidak bersifat mutlak, pada hakikatnya penelitian bersifat adaptif berubah sesuai dengan kondisi dan perkembangan zaman.

3. Untuk peneliti selanjutnya dapat lebih mengembangkan penelitian dengan memperluas cakupan penelitian, model kerangka teori, kriteria responden dan jumlah responden yang berbeda.

#### **5.4 Keterbatasan penelitian**

1. Tempat penelitian ini terbatas dan tidak mewakili semua pengguna Gopay karena hanya berfokus pada warga kota Bekasi saja
2. Keterbatasan metode pengumpulan dan pengumpulan data menggunakan teknik kuantitatif yaitu hanya menggunakan kuisisioner dan tidak melakukan observasi langsung ke responden



*Intelligentia - Dignitas*