

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Dari pengujian dan analisis data terhadap 100 responden yakni “Pengaruh E-Service Quality dan Perceived Ease of Use terhadap Repurchase Intention melalui E-Satisfaction”, maka dapat disimpulkan:

1. Pengujian hipotesis pertama menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel E-Service Quality (X1) terhadap variabel E-Satisfaction (Z). Semakin baik E-Service Quality aplikasi Blibli, maka semakin baik E-Satisfaction yang dihasilkan. Beberapa hal yang berhubungan dengan E-Service Quality yang masih perlu diperbaiki terdiri dari lambatnya waktu loading dan bug yang mengganggu pengalaman berbelanja, kesulitan dalam mencari produk tertentu, ketidaksesuaian barang yang diterima akibat kesalahan pengiriman, adanya kasus saldo terpotong meskipun transaksi gagal, proses klaim ganti memakan waktu lama. Meskipun terdapat beberapa indikator dengan nilai dibawah rata-rata, berdasarkan hasil kategorisasi variable E-Service Quality yang dimiliki Blibli sudah termasuk dalam kategori baik.
2. Pengujian hipotesis kedua menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Perceived Ease of Use (X2) terhadap variabel E-Satisfaction (Z). Semakin baik Perceived Ease of Use yang dimiliki aplikasi Blibli, maka semakin baik E-Satisfaction yang dihasilkan. Beberapa hal yang berhubungan dengan Perceived Ease of Use pada aplikasi Blibli yang masih

perlu diperbaiki yaitu aplikasi harus lebih dibuat lebih memudahkan untuk berbelanja, sulitnya mendapatkan informasi yang dibutuhkan, serta kendala dalam proses pembayaran. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman berbelanja di Blibli masih perlu ditingkatkan agar lebih mudah dan nyaman bagi pengguna. Meskipun terdapat beberapa indikator yang memiliki nilai dibawah rata-rata, berdasarkan hasil kategorisasi variable Perceived Ease of Use yang dimiliki Blibli sudah termasuk dalam kategori baik.

3. Pengujian hipotesis ketiga menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara E-Satisfaction (Z) terhadap Repurchase Intention (Y) Semakin baik E-Satisfaction yang dihasilkan, maka Repurchase Intention pada aplikasi Blibli akan semakin meningkat. Beberapa hal yang berhubungan dengan E-Satisfaction yang masih perlu diperbaiki yaitu kurangnya kemudahan dalam menemukan barang di aplikasi Blibli yang menyebabkan ekspektasi mereka terhadap layanan Blibli belum sepenuhnya terpenuhi. Meskipun terdapat beberapa indikator yang memiliki nilai dibawah rata-rata, berdasarkan hasil kategorisasi variable E-Satisfaction yang dimiliki Blibli sudah termasuk dalam kategori baik.
4. Pengujian hipotesis keempat menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel E-Service Quality (X1) terhadap variabel Repurchase Intention (Y). Semakin baik E-Service Quality, maka Repurchase Intention pada aplikasi Blibli akan semakin meningkat. Meskipun terdapat beberapa indikator yang memiliki nilai di bawah rata-rata, Repurchase Intention sudah termasuk dalam kategori baik.

5. Pengujian hipotesis kelima menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Perceived Ease of Use (X2) terhadap variabel Repurchase Intention (Y). Semakin baik Perceived Ease of Use yang dimiliki oleh aplikasi Blibli, maka Repurchase Intention akan semakin meningkat.
6. Pengujian hipotesis keenam menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara E-Service Quality terhadap Repurchase Intention, E-Satisfaction berperan sebagai variabel mediasi yang termasuk dalam mediasi parsial. Artinya, ada atau tidaknya variabel E-Satisfaction tidak mengubah hubungan antara E-Service Quality dan Repurchase Intention yang secara langsung maupun tidak langsung positif dan signifikan.
7. Pengujian hipotesis ketujuh menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Perceived Ease of Use terhadap Repurchase Intention dimana E-Satisfaction berperan sebagai variabel mediasi yang termasuk dalam mediasi parsial. Artinya, ada atau tidaknya variabel E-Satisfaction tidak mengubah hubungan antara Perceived Ease of Use terhadap Repurchase Intention yang secara langsung maupun tidak langsung positif dan signifikan.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan, terdapat beberapa saran yang dapat berguna dan berguna untuk pengelola aplikasi Blibli sehingga mampu meningkatkan jumlah pengguna pada aplikasi Blibli, yaitu:

1. Berdasarkan rekapitulasi hasil penelitian, indikator e-service quality yang memiliki nilai di bawah rata-rata menunjukkan bahwa aplikasi Blibli masih

perlu melakukan perbaikan dari sisi operasional. Beberapa kendala seperti lamanya waktu loading, bug pada sistem, kesalahan pengiriman barang, hingga proses klaim ganti rugi yang memakan waktu, mengindikasikan perlunya evaluasi dan peningkatan operasional secara menyeluruh. Sehingga penulis menyarankan agar Blibli melakukan perbaikan performa aplikasi dengan cara mengoptimalkan sistem backend secara berkala serta mempercepat proses maintenance dan update sistem. Selain itu, tim operasional juga perlu memperketat pengawasan terhadap proses pengemasan dan pengiriman barang agar kesalahan pengiriman dapat diminimalkan. Sistem pembayaran pun perlu diperkuat dengan pengawasan dan pengecekan ulang terhadap transaksi yang gagal agar tidak terjadi potongan saldo secara sepihak. Proses klaim ganti rugi dapat diperbaiki melalui peningkatan layanan pelanggan yang lebih efisien dan responsif, dengan dukungan pelatihan berkala untuk staf yang bertugas menangani keluhan.

2. Indikator pada variabel *perceived ease of use* yang menunjukkan nilai di bawah rata-rata menggambarkan bahwa aplikasi Blibli masih belum sepenuhnya mampu memberikan pengalaman penggunaan yang sederhana dan efisien. Pengguna merasa proses berbelanja masih cukup rumit, informasi sulit ditemukan, dan proses pembayaran masih sering mengalami kendala. Untuk itu, perlu dilakukan penyederhanaan pada alur pembelian, seperti mengurangi jumlah langkah dalam proses checkout agar lebih praktis. Selain itu, fitur pencarian informasi perlu didukung oleh keberadaan chatbot atau live chat yang dapat membantu pengguna secara langsung ketika mereka membutuhkan

bantuan. Tim operasional juga perlu memastikan sistem pembayaran berjalan lancar dengan melakukan pemantauan sistem secara rutin serta mengoptimalkan kerja sama dengan penyedia layanan pembayaran agar proses transaksi berjalan lebih baik.

3. Pada variabel e-satisfaction, ditemukan bahwa salah satu indikator yang masih memiliki nilai di bawah rata-rata adalah kemudahan dalam menemukan barang yang dicari. Hal ini menunjukkan bahwa fitur pencarian dalam aplikasi Blibli masih perlu ditingkatkan. Diperlukan pengembangan sistem pencarian produk yang lebih baik dengan memperbaiki fitur filter dan kategori agar pengguna dapat menemukan produk dengan lebih cepat dan sesuai kebutuhan. Tampilan antarmuka juga perlu dioptimalkan agar pengguna merasa lebih nyaman dan tidak kesulitan saat menjelajahi produk. Pihak Blibli juga dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan pelayanan secara menyeluruh, termasuk dengan menyediakan promo khusus atau program loyalitas yang dapat mendorong keterikatan pengguna terhadap aplikasi.
4. Indikator dengan nilai terendah pada variabel repurchase intention menunjukkan bahwa masih terdapat keraguan dari pengguna untuk terus menggunakan Blibli dan adanya kecenderungan untuk berpindah ke platform lain. Sehingga Blibli harus segera melakukan peningkatan dalam aspek layanan dan operasional dengan memastikan pelayanan pelanggan berjalan dengan lebih cepat, khususnya dalam menangani kendala setelah pembelian seperti pengembalian dana. Sistem pengembalian dana sebaiknya dipermudah dan dipercepat agar pengguna tidak merasa dirugikan. Selain itu, perlindungan

terhadap pengguna juga perlu diperkuat, baik dari sisi keamanan data maupun kepastian dalam bertransaksi. Blibli disarankan untuk menawarkan layanan yang lebih kompetitif seperti pengiriman yang lebih cepat, sistem retur yang lebih mudah, dan ragam produk yang lebih lengkap. Untuk mempertahankan pengguna yang sudah ada, program loyalitas seperti diskon khusus atau cashback juga dapat dikembangkan dan dijalankan secara konsisten.

5. Keterbatasan pada penelitian menjadi salah satu hal yang tidak bisa terhindarkan dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini hanya ditujukan pada 100 responden dan tentunya hasil ini masih kurang untuk menggambarkan kondisi sesungguhnya. Maka dari itu peneliti menyarankan untuk memperluas sampel yang digunakan serta saat pengambilan data dari para responden terkadang belum menunjukkan pendapat para responden yang sebenarnya karena adanya perbedaan pemikiran dan pengalaman yang dimiliki responden serta kejujuran pendapat responden dalam mengisi kuesioner. Oleh karena itu, peneliti menyarankan agar pembaca berfikir secara kritis dalam mengartikan temuan penelitian ini dan mampu mengembangkan penelitian lebih lanjut dengan mempertimbangkan penambahan variabel lain selain variabel E-Service Quality, Perceived Ease of Use, dan E-Satisfaction yang berpotensi menimbulkan masalah atau mempengaruhi Repurchase Intention.