

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **1.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 responden yang merupakan pengunjung yang menggunakan *mobile apps* RedDoorz di Kota Bogor selama setahun terakhir, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil pengujian menunjukkan variabel *e-service quality* (X) berpengaruh positif terhadap *e-repurchase intention* (Y) pada pengunjung yang menggunakan *mobile apps* RedDoorz. Hal ini menandakan bahwa semakin baik kualitas layanan elektronik yang diberikan maka semakin mendorong minat seseorang untuk melakukan pembelian ulang pada aplikasi. Mayoritas responden pada penelitian ini menilai bahwa *mobile apps* RedDoorz telah memberikan pelayanan elektronik yang baik terutama pada *maintenance* aplikasi sehingga pengguna dapat menikmati pengalaman transaksi yang positif dan mendorong pengguna untuk memiliki minat melakukan pemesanan hotel kembali pada *mobile apps* RedDoorz.
2. Hasil pengujian menunjukkan variabel *e-service quality* (X) berpengaruh positif terhadap *e-trust* (Z) pada pengunjung yang menggunakan *mobile apps* RedDoorz. Hal ini menjelaskan bahwa semakin baik *e-service quality* maka semakin meningkatkan *e-trust*. Dalam penelitian ini, responden menyebutkan bahwa kualitas layanan elektronik yang diberikan *mobile*

*apps* RedDoorz yang baik membuat responden merasa yakin dan percaya untuk melakukan pemesanan pada aplikasi.

3. Hasil pengujian menunjukkan variabel *e-trust* (Z) berpengaruh positif terhadap *e-repurchase intention* (Y) pada pengunjung yang menggunakan *mobile apps* RedDoorz. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat *e-trust* maka semakin meningkatkan *e-repurchase intention*. Dalam penelitian ini, responden memiliki kepercayaan bahwa *mobile apps* RedDoorz akan terus memberikan pengalaman yang memuaskan sehingga responden tidak merasa ragu untuk melakukan reservasi kembali pada aplikasi.
4. Hasil pengujian menunjukkan variabel *e-service quality* (X) berpengaruh positif terhadap *e-repurchase intention* (Y) melalui *e-trust* (Z) pada pengunjung yang menggunakan *mobile apps* RedDoorz. Apabila perusahaan memperhatikan kualitas pelayanan elektronik *mobile apps* RedDoorz, pengguna akan merasa yakin dan memiliki kepercayaan pada layanan sehingga mendorong untuk melakukan pemesanan kembali pada *mobile apps* RedDoorz.

## 1.2 Saran

Terdapat beberapa saran atau rekomendasi yang dapat diberikan oleh peneliti, yaitu:

- a. Bagi perusahaan

Aspek *e-service quality* yang mendapatkan skor di bawah rata-rata perlu ditingkatkan kembali, yaitu mengenai proses pengembalian dana,

sebaiknya pihak RedDoorz dapat lebih mempercepat alur permohonan *refund* dimana *customer service* lebih tanggap dalam memproses data yang telah lengkap, sehingga pengguna tidak menunggu terlalu lama hingga berbulan-bulan.

Aspek *e-trust* yang mendapat skor di bawah rata-rata juga perlu ditingkatkan kembali, yaitu mengenai tampilan foto kamar hotel yang terkadang tidak sesuai dengan kondisi aslinya. Sebaiknya, perusahaan melakukan peninjauan ulang terhadap hotel-hotel yang mendapat ulasan dengan cara mendatangi hotel secara langsung untuk memastikan keakuratan ulasan. Apabila ulasan tersebut terbukti benar, pihak RedDoorz perlu bertindak secara tegas dengan memberikan peringatan kepada mitra agar menampilkan foto hotel dengan apa adanya dan memastikan bahwa foto yang ditampilkan pada aplikasi sudah diperbaharui sesuai dengan kondisi sebenarnya

b. Bagi penelitian selanjutnya

Diperlukan penelitian lanjutan mengenai variabel-variabel diluar *e-service quality* dan *e-trust* yang hanya menyumbang 67% sehingga terdapat variabel lainnya yang diidentifikasi dapat mempengaruhi *e-repurchase intention*. Variabel lainnya seperti *brand image*, variabel ini menarik untuk diteliti karena banyak sekali pengguna diluar responden yang memiliki persepsi kurang baik terhadap merk *mobile apps* RedDoorz. Serta variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini dapat digunakan kembali pada penelitian selanjutnya dengan objek penelitian yang berbeda.