

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1. Kesimpulan**

Riset ini dilakukan terhadap 100 responden yang merupakan pengguna LinkAja yang berdomisili di Kota Jakarta mengenai *e-service quality*, *e-trust*, dan loyalitas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil pengujian menunjukkan variabel *e-service quality* (X) mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap loyalitas (Y), hal ini dibuktikan dari hasil uji yang menghasilkan skor senilai 0,320 dan skor t-statistic 2,078 > skor t tabel 1,96 dan p value 0,019 < angka sig yakni 0,005 atau 5%. Semakin baik pelayanan elektronik aplikasi LinkAja maka semakin mendorong loyalitas pengguna untuk selalu menggunakan LinkAja.
2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *e-service quality* (X) mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap *e-trust* (Z) hal ini dibuktikan dari hasil uji yang menghasilkan skor senilai 0,639 dan skor t-statistic 6,359 > skor t tabel 1,96 dan p value 0,000 < angka sig yakni 0,005 atau 5%. Hal disimpulkan bahwa *e-service quality* yang baik dari LinkAja dapat meningkatkan kepercayaan (*e-trust*) pengguna dalam penggunaan LinkAja.
3. Hasil pengujian menunjukkan variabel *e-trust* (Z) memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas (Y), hal ini dibuktikan dari hasil uji yang menghasilkan skor senilai 0,293 dan skor t-statistic 2,198 > skor t tabel 1,96 dan p value 0,014 < angka sig yakni 0,005 atau 5%. Semakin tinggi

kepercayaan pengguna maka semakin tinggi loyalitas pengguna untuk menggunakan LinkAja.

4. Hasil pengujian menghasilkan variabel *e-service quality* (X) memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas (Y) melalui *e-trust* (Z), dengan hasil pengujian menghasilkan skor senilai 0,188 dan skor t-statistic 2,081 > skor t tabel 1,96 dan p value 0,019 < angka sig yakni 0,005 atau 5%. Kualitas pelayanan elektronik yang berkualitas mendorong peningkatan kepercayaan pengguna sehingga dapat meningkatkan loyalitas pengguna.

#### 4.2. Saran

Peneliti memberikan beberapa saran untuk perusahaan yaitu:

1. Beberapa aspek dari *e-service quality* yang mendapatkan skor dibawah rata-rata perlu ditingkatkan kembali. Pertama, kemampuan LinkAja dalam menyediakan informasi yang up-to-date sehingga perlunya secara berkala menyediakan informasi yang informatif seperti mengenai fitur terbaru dan promo yang diberikan agar pengguna merasa terdorong untuk menggunakan LinkAja terlebih pada promo dan cashback. Kedua, kemampuan LinkAja dalam meminimalisir kesalahan atau eror pada aplikasi sehingga perlunya maintenance dari LinkAja sehingga aplikasi selalu pada versi terbaru. Ketiga, LinkAja memuat halaman aplikasi dengan cepat sehingga LinkAja perlu melakukan pembaruan aplikasi sehingga dalam memuat aplikasi pelanggan tidak menunggu lama. Ketiga, kecepatan transaksi melalui LinkAja cepat (tidak pending), banyak keluhan mengenai transaksi pending dari LinkAja sehingga dana yang masuk tidak secara real time. Keempat, *Customer*

*service* LinkAja menangani masalah dengan cepat. LinkAja perlu memberikan live chat kepada customer service langsung karena masalah yang dihadapi oleh pelanggan bervariasi sehingga tidak dapat diselesaikan oleh robot tersebut.

2. Aspek *e-trust* yang mendapat skor dibawah rata-rata yang perlu ditingkatkan kembali. Pertama, Pelanggan percaya segala informasi pada aplikasi LinkAja benar apa adanya, hal ini diperlukan karena pelanggan merasa informasi yang diberikan tidak diperbarui serta perlunya informasi yang informatif untuk menarik pelanggan menggunakan LinkAja. Kedua, pelanggan memperoleh hak atas klaim dan janji sesuai yang tertera pada aplikasi LinkAja, hal ini perlunya tanggung jawab dari LinkAja dalam memberikan hak atas informasi yang telah diterbitkan.
3. Perlunya penelitian lanjutan mengenai variabel diluar *e-service quality* dan *e-trust* yang dengan kontribusi sekitar 30,8% sehingga banyak variabel lainnya yang dapat mempengaruhi loyalitas pengguna yaitu variabel lainnya seperti *e-wom* dan *e-satisfaction*. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan kuesioner yang terbuka, serta variabel-variabel penelitian ini dapat digunakan kembali pada penelitian selanjutnya pada objek penelitian yang berbeda.

Paparan saran yang telah disebutkan, diharapkan diterima sebagai masukan bagi pihak LinkAja dan PT. Fintek Karya Nusantara guna meningkatkan *e-service quality* dan *e-trust* yang dapat mendukung loyalitas LinkAja, sehingga semakin banyak pengguna yang setia dalam menggunakan LinkAja dapat memberikan manfaat dalam skala yang lebih besar.