

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian teori dan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif serta dengan menggunakan analisis SEM mengenai mengenai pengaruh *e-service quality* terhadap *reuse intention* melalui *e-satisfaction* (survei pada pengguna aplikasi *Sociolla* di Indonesia) dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Gambaran *E-Service Quality*, *E-Satisfaction* dan *Reuse Intention*
  - a. Gambaran mengenai *e-service quality* pada pengguna aplikasi *Sociolla* di Indonesia yang dapat dilihat melalui dimensi dimensi *e-service quality* terdiri dari *efficiency*, *fullfillment*, *system availability*, *privacy*, *responsiveness*, *compensation*, dan *contact* berada pada kategori baik, mengindikasikan bahwa *e-service quality Sociolla* sudah tergambar dengan baik. Dimensi yang memperoleh tanggapan tertinggi adalah dimensi *privacy* dan yang terendah yaitu dimensi *compensation*.
  - b. Gambaran mengenai *e-satisfaction* pada pengguna aplikasi *Sociolla* di Indonesia yang dapat dilihat melalui dimensi-dimensi yang terdiri dari *convenience*, *merchandising*, *site design*, *security* dan *service ability*., mengindikasikan bahwa *e-satisfaction Sociolla* sudah tergambar dengan baik. Dimensi yang memperoleh tanggapan tertinggi adalah dimensi *service ability* dan yang terendah yaitu dimensi *security*.
  - c. Gambaran mengenai *reuse intention* pada pengguna aplikasi *Sociolla* di Indonesia yang dapat dilihat melalui dimensi-dimensi dimensi *reuse intention* terdiri dari *intention* dan *useful for transaction*, mengindikasikan bahwa *reuse intention Sociolla* sudah baik. Dimensi yang memperoleh tanggapan tertinggi adalah *intention* dan yang terendah yaitu dimensi *useful for transaction*.

2. Hasil temuan menunjukkan bahwa *e-service quality* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *reuse intention* pada pengguna aplikasi *Sociolla* di Indonesia. Dengan demikian hal ini berarti bahwa semakin baik *e-service quality Sociolla*, maka semakin tinggi pula tingkat *reuse intention* pada pengguna aplikasi *Sociolla* di Indonesia. Kontribusi dimensi *e-service quality* yang paling besar membentuk *reuse intention* adalah dimensi *contact* yang berkorelasi dengan dimensi *useful for transaction* pada *reuse intention*.
3. Hasil temuan menunjukkan bahwa *e-satisfaction* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *reuse intention* pada pengguna aplikasi *Sociolla* di Indonesia. Dengan demikian hal ini berarti bahwa semakin tinggi *e-satisfaction Sociolla*, maka akan semakin tinggi juga tingkat *reuse intention* pada pengguna aplikasi *Sociolla* di Indonesia. Kontribusi dimensi *e-satisfaction* yang paling besar membentuk *reuse intention* adalah dimensi *site design* yang berkorelasi membentuk dimensi *useful for transaction* pada *reuse intention*.
4. Hasil temuan menunjukkan bahwa *e-service quality* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction* pada pengguna aplikasi *Sociolla* di Indonesia. Dengan demikian hal ini berarti bahwa semakin tinggi *e-service quality Sociolla*, maka akan semakin tinggi juga tingkat *e-satisfaction* pada pengguna aplikasi *Sociolla* di Indonesia.
5. Hasil temuan memperlihatkan bahwa *e-service quality* dan *e-satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *reuse intention* pada pengguna aplikasi *Sociolla* di Indonesia. Dengan demikian hal ini berarti bahwa secara simultan atau bersama-sama terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *e-service quality* dan *e-satisfaction* terhadap *reuse intention*. Pernyataan tersebut dapat diasumsikan semakin baik perusahaan dalam menunjukkan *e-service quality* dan *e-satisfaction*, maka akan semakin meningkat *reuse intention* pada perusahaan tersebut. Adapun besaran pengaruh yang dinilai sudah cukup kuat dalam ukuran interpretasi

pengaruh *e-service quality* dan *e-satisfaction* terhadap *reuse intention* yang dapat dilihat pada *ouput standardized total effect*.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai *e-service quality* dan *e-satisfaction* terhadap *reuse intention* sebagai berikut:

1. Gambaran *E-Service Quality*, *E-Satisfaction* dan *Reuse Intention*
  - a. *E-Service Quality* pada pengguna aplikasi *Sociolla* di Indonesia berada pada kategori yang baik secara keseluruhan, namun terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan berdasarkan ketercapaian yang mendapatkan penilaian paling rendah. Adapun rekomendasi yang dapat diberikan oleh penulis mengenai hal yang harus diperbaiki untuk memperoleh *e-service quality* yang lebih baik, sebagai berikut:
    - 1) Dimensi *compensation*

Dimensi *compensation* merupakan dimensi *e-service quality* yang memiliki persentase ketercapaian paling rendah pada penelitian ini. Rekomendasi dari penulis untuk meningkatkan *compensation* yaitu *Sociolla* hendaknya mampu untuk memberikan kompensasi berupa pengembalian biaya pengiriman dan biaya layanan ketika terjadi masalah dalam menggunakan aplikasi *Sociolla*.
  - b. *E-Satisfaction* pada pengguna aplikasi *Sociolla* di Indonesia berada pada kategori yang baik secara keseluruhan, namun terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan berdasarkan ketercapaian yang mendapatkan penilaian paling rendah. Adapun rekomendasi yang dapat diberikan oleh penulis mengenai hal yang harus diperbaiki untuk memperoleh *e-satisfaction* yang lebih baik, sebagai berikut:
    - 1) Dimensi *security*

Dimensi *security* merupakan dimensi *e-satisfaction* yang memiliki persentase ketercapaian paling rendah pada penelitian ini. Rekomendasi dari penulis untuk meningkatkan *security* yaitu aplikasi hendaknya keamanan selama bertransaksi sebagai

pertimbangan utama pengguna ketika memutuskan untuk membeli barang secara *online*.

- c. *Reuse Intention* pada pengguna aplikasi *Sociolla* di Indonesia berada pada kategori yang tinggi, namun terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan dan diperhatikan. Berikut merupakan rekomendasi dari penulis untuk memperoleh *reuse intention* yang lebih baik.

1) Dimensi *useful for transaction*

Dimensi *useful for transaction* merupakan dimensi *reuse intention* yang memiliki persentase ketercapaian paling rendah pada penelitian ini. Masih terdapat responden yang memberikan tanggapan rendah pada dimensi *useful for transaction*, artinya pilihan penyalur dari *Sociolla* perlu ditingkatkan lagi. Rekomendasi dari penulis untuk meningkatkan *useful for transaction* yaitu meningkatkan kebermanfaatan transaksi belanja *online* pada aplikasi.

2. Hasil penelitian menyatakan bahwa *e-service quality* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *reuse intention*. Oleh karena itu rekomendasi dari penulis tentang *e-service quality* yaitu *Sociolla* hendaknya dapat meningkatkan kualitas layanan elektroniknya agar pengguna merasa nyaman selama menggunakan aplikasi *Sociolla* sehingga terciptalah penggunaan berulang pada aplikasi tersebut dan mengurangi keinginan pengguna untuk beralih ke aplikasi dengan kebermanfaatan yang sama.
3. Hasil penelitian menyatakan *e-satisfaction* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *reuse intention*. Dengan ini rekomendasi dari penulis mengenai *e-satisfaction* yaitu *Sociolla* berkonsisten untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan penggunanya agar terciptanya keinginan untuk penggunaan ulang pada aplikasi *Sociolla*.
4. Hasil temuan menunjukkan bahwa *e-service quality* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction* pada pengguna aplikasi *Sociolla* di Indonesia. Dengan ini rekomendasi dari penulis mengenai *e-service quality* yaitu *Sociolla* berkonsisten untuk menjaga dan meningkatkan

kualitas pelayanan agar terciptanya kepuasan elektronik pengguna pada aplikasi *Sociolla*.

5. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* dan *e-satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *reuse intention*. Rekomendasi dari penulis yaitu pihak *Sociolla* perlu mempertahankan strategi-strategi dalam membentuk *e-service quality* dan *e-satisfaction*, dengan demikian akan lebih baik lagi jika dimensi-dimensi ini diwujudkan secara bersamaan dan berupaya untuk mengoptimalkan kepuasan penggunaannya serta memberikan pelayanan terbaik, sehingga dapat meningkatkan niat penggunaan ulang aplikasi *Sociolla*.