

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui analisis deskriptif dan verifikatif, tentang pengaruh *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* pada penggunaan aplikasi Ferizy di Pelabuhan Merak, maka diperoleh kesimpulan yaitu:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap penilaian variabel X (*e-service quality*) yang terdiri dari 4 (empat) dimensi, didapatkan hasil bahwa dimensi *website design* menjadi dimensi yang memiliki hasil penilaian tertinggi yang dievaluasi, dengan total nilai yang mencapai 33.94%. Hal tersebut kemudian menimbulkan indikasi bahwa tanggapan yang mengenai *easy to use*, *response time*, kejelasan setiap informasi dan kebijakan terbaru pada penggunaan aplikasi, serta penggunaan aplikasi yang memungkinkan kegiatan transaksi merupakan hal yang sangat penting bagi pengguna jasa penyeberangan di Pelabuhan Merak yang menggunakan aplikasi Ferizy. Sementara itu, dimensi *security/privacy* yang mengacu pada proses pembayaran dan pengisian data pribadi yang aman memperoleh hasil penilaian terendah, dengan total nilai sebesar 17.56% sehingga perlu diperhatikan oleh perusahaan dengan cara meningkatkan aspek keamanan pada aplikasi Ferizy. Meskipun dimensi lainnya memperoleh hasil tertinggi, perusahaan juga perlu memperhatikan aspek lain sehingga dapat meningkatkan aspek *e-service quality* pada pengguna aplikasi Ferizy seperti pencegahan (mitigasi) potensi *bug* atau *error* pada aplikasi, serta peningkatan aspek layanan *costumer service* pada aplikasi Ferizy yang dapat memberikan respon yang cepat atas semua keluhan pengguna.

2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap penilaian variabel Y (*e-satisfaction*) yang terdiri dari 5 (lima) dimensi, didapatkan hasil bahwa dimensi *serviceability* menjadi dimensi yang memiliki hasil penilaian tertinggi yang dievaluasi, dengan total nilai yang mencapai 36.35%. Hal tersebut kemudian menimbulkan indikasi bahwa tanggapan yang mengenai *complaints redressal*, *customer support*, *return policy*, *purchase process*, dan *post service* merupakan aspek yang sangat penting bagi pengguna jasa penyeberangan di Pelabuhan Merak yang menggunakan aplikasi Ferizy. Sementara itu, dimensi *security* yang mengacu pada aspek *privacy* dan *financial security* memperoleh hasil penilaian terendah, dengan total nilai sebesar 15.25% sehingga perlu diperhatikan oleh perusahaan untuk meningkatkan *e-satisfaction* pada penggunaan aplikasi Ferizy. Meskipun dimensi *serviceability* memperoleh hasil tertinggi, perusahaan juga perlu memperhatikan aspek lainnya untuk menyempurnakan strategi peningkatan aspek *e-satisfaction* seperti perbaikan layanan pengembalian/pembatalan pembelian tiket (*refund*) pada aplikasi Ferizy.
3. Berdasarkan hasil pengujian regresi linier sederhana yang dipakai untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* pada penggunaan aplikasi Ferizy di Pelabuhan Merak, diperoleh persamaan regresi linier dengan hasil nilai koefisien β yaitu positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa arah pengaruh variabel *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* adalah positif. Selain itu, hasil pengujian koefisien korelasi yang menunjukkan nilai korelasi (R) sebesar 0,935, memiliki arti bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel X terhadap variabel Y dengan persentase sebesar 93,5%. Hasil koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,875 juga mengindikasikan bahwa variabel bebas (*e-service quality*) memiliki pengaruh sebesar 87,5% terhadap variabel terikat (*e-satisfaction*), sedangkan 12,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berada di luar penelitian. Uji signifikansi dan hipotesis yang menggunakan Uji-F

(ANOVA) menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 685,59 dengan perolehan tingkat signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan hasil tersebut, maka diperoleh kesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara variabel X (*e-service quality*) terhadap variabel Y (*e-satisfaction*).

Berdasarkan keseluruhan hasil yang telah dijelaskan, maka dapat ditarik kesimpulan atas jawaban dari masalah pokok penelitian, yaitu terdapat pengaruh antara *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* pada penggunaan aplikasi Ferizy di Pelabuhan Merak.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan temuan yang telah didapatkan pada penelitian, penulis memberikan beberapa rekomendasi mengenai pengaruh *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* pada penggunaan aplikasi Ferizy di Pelabuhan Merak, yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa dimensi *security/privacy* yang mengacu pada proses pembayaran dan pengisian data pribadi yang aman memperoleh hasil penilaian terendah, dengan total nilai (persentase) sebesar 17.56%. Hal ini menggambarkan bahwa proses pembayaran dan pengisian data pribadi yang aman mendapat penilaian yang rendah oleh responden. Meskipun dimensi lainnya pada variabel *e-service quality* memperoleh hasil penilaian tertinggi, didapatkan hasil bahwa beberapa aspek seperti *bug* atau *error* pada aplikasi, serta aspek layanan *costumer service* pada aplikasi Ferizy masih perlu diperhatikan secara serius oleh perusahaan. Menurut Saragih dan Silalahi (2023), kendala pada sistem informasi seperti *bug* atau *error* dapat dicegah dengan melakukan pengembangan sistem *maintenance* yang bertujuan untuk meningkatkan pengendalian terhadap kerusakan pada sistem informasi atau aplikasi.

Untuk itu, penulis memberikan rekomendasi kepada perusahaan untuk melakukan beberapa perbaikan seperti peningkatan proteksi keamanan pada aplikasi, pemeliharaan (*maintenance*) aplikasi yang dilakukan secara berkala, serta melakukan peningkatan layanan *costumer service* sehingga dapat memberikan respon yang cepat atas semua keluhan pengguna mengenai penggunaan aplikasi Ferizy.

2. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa dimensi *security* yang mengacu pada aspek *privacy* dan *financial security* memperoleh hasil penilaian terendah, dengan total nilai (persentase) sebesar 15.25%. Meskipun dimensi lainnya pada variabel *e-satisfaction* memperoleh hasil penilaian tertinggi, didapatkan hasil bahwa aspek layanan pengembalian/pembatalan pembelian tiket (*refund*) mendapatkan skor rendah, dengan total nilai (persentase) sebesar 18.86%. Hal ini menggambarkan bahwa responden merasa tidak puas terhadap beberapa aspek yaitu *privacy* dan *financial security* pada aplikasi, serta layanan *refund* pada aplikasi. Berdasarkan artikel berita okezone.com (2024), salah satu solusi untuk melakukan pembenahan pada layanan *refund* adalah melakukan kerjasama dengan perusahaan asuransi, seperti yang dilakukan oleh PT. KAI Indonesia (Persero) dengan PT. MNC Asuransi Indonesia dan PT. Mitra Jasa Pratama, sehingga penumpang dapat memperoleh jaminan *refund* tiket hingga 100 %. Untuk itu, penulis memberikan rekomendasi kepada perusahaan untuk melakukan pembenahan pada aspek proteksi keamanan data pribadi dan pembayaran, serta pembenahan layanan *refund* sehingga tidak merugikan penumpang (*win-win solution*). Terkait pembenahan aspek layanan *refund*, penulis juga memberikan rekomendasi kepada perusahaan agar dapat melakukan kolaborasi atau kerjasama dengan perusahaan asuransi sehingga dapat meningkatkan kenyamanan para pengguna jasa penyeberangan dengan menyediakan perlindungan

perjalanan yang berupa asuransi pembatalan tiket, dengan jaminan *refund* hingga 100%.

3. Berdasarkan hasil secara keseluruhan, *e-service quality* pada penggunaan aplikasi Ferizy dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *e-satisfaction*. Namun, untuk memaksimalkan potensi yang baik terhadap penggunaan aplikasi Ferizy, perusahaan harus memperhatikan beberapa aspek sehingga dapat meningkatkan *e-service quality* dan *e-satisfaction*. Perusahaan juga harus memperhatikan beberapa catatan yang terdapat pada bagian awal tentang kurangnya sosialisasi, gangguan sistem (*error*) pada aplikasi, waktu *loading* pada aplikasi yang lama, proses *refund* yang kurang menguntungkan pengguna jasa, hingga rating pada Google Play Store yang berada dalam kecenderungan negatif. Perusahaan harus memperhatikan dan menyelesaikan catatan tersebut sehingga dapat meningkatkan hubungan yang baik antara perusahaan dengan pengguna jasa. Dengan terciptanya hubungan yang baik terhadap pengguna jasa, maka proses digitalisasi dan pemasaran jasa pelabuhan yang telah dijalankan dapat berhasil dan optimal.