

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan regresi berganda baik secara deskriptif dan verifikatif antara *e-service quality* terhadap *intention to re-use* pada Mahasiswa FPIPS UPI pengguna Traveloka, Tiket.com dan Booking.com, maka dari penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai pelaksanaan *e-service quality* Traveloka, Tiket.com dan Booking.com, yang terdiri dari *availability*, *security*, *personalization*, *reliability* dan *fulfillment* memiliki kriteria yang tinggi. Secara keseluruhan mahasiswa FPIPS UPI yang menggunakan Traveloka, Tiket.com dan Booking.com memiliki penilaian yang baik terhadap *e-service quality*. Sub-variabel *personalization*, *reliability* dan *fulfillment* merupakan dimensi yang mendapatkan penilaian paling tinggi dari mahasiswa FPIPS UPI pengguna Traveloka, Tiket.com dan Booking.com. Hal ini dikarenakan *personalization*, *reliability* dan *fulfillment* yang terdapat dalam *e-service quality* merupakan hal yang penting karena perhatian, konsistensi dan ketepatan dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan bahkan menimbulkan penggunaan *website* secara berulang. Nilai terendah terdapat pada kinerja *availability* dan *security*, dikarenakan keamanan dan kesiapan saat mengakses *website* sudah menjadi kewajiban untuk kualitas sebuah *website*. Sehingga pengguna menilai kedua aspek tersebut adalah hal yang biasa.
2. *Intention to re-use* yang merupakan kecenderungan atau keinginan pelaku untuk menggunakan suatu teknologi. Tindakan penggunaan sebuah teknologi pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tertentu, misalnya keinginan menambahkan suatu aplikasi lain untuk mendukung suatu teknologi atau mempunyai motivasi untuk membujuk orang lain untuk menggunakan suatu teknologi. Sesuai dengan pendapat Sun & Ju melihat tentang niat seseorang memiliki pengaruh yang signifikan dalam menentukan tindakan seseorang.

3. Berdasarkan hipotesis menunjukkan bahwa *e-service quality* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to re-use* pada Traveloka, Tiket.com dan Booking.com selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Chun & Kwak.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis merekomendasikan hal-hal berikut:

1. Pengaruh *e-service quality* terbukti dapat mempengaruhi *intention to re-use*, namun tentunya dalam hal ini masih terdapat kekurangan terutama pada salah satu dimensi *e-service quality* yaitu *security* pada Traveloka dan Tiket.com dan dimensi *availability*, *personalization* dan *reliability* pada OTA Booking.com memiliki nilai rendah dibandingkan dengan dimensi lainnya. *Availability* merupakan kelengkapan atau seberapa tersedianya situs *online* tersebut dan *security* adalah kebebasan dari bahaya, risiko, atau keraguan. *Personalization* melibatkan perhatian individual atau pribadi, ucapan terima kasih dari toko *online*, dan ketersediaan tempat untuk bertanya atau komentar untuk pelanggan dan *reliability* meliputi konsistensi kinerja dan kehandalan. Itu berarti bahwa perusahaan akan melakukan pelayanan dengan cara yang benar, memelihara catatan dengan akurat dan juga menjamin keamanan informasi pribadi. Rekomendasi yang disarankan oleh peneliti kepada pihak perusahaan adalah untuk meningkatkan tingkat kesiapan, kecepatan dalam mengakses dan keamanan serta keterlindungan privasi dengan adanya *easy reschedule* dapat mengubah pesanan dengan mudah di *website* dan kemudahan dalam pembayaran tidak hanya melalui *e-banking* tetapi juga bisa melalui outlet indomaret terdekat.
2. Berdasarkan hasil penelitian terhadap *intention to re-use* pada Traveloka, Tiket.com dan Booking.com yaitu penilaian terendah ada pada item pertanyaan “akan selalu mencoba pembelian tiket pesawat pada website OTA”. Oleh karena itu penulis memberikan saran kepada pihak *online travel agent* untuk lebih memberikan fitur-fitur baru yang dapat lebih mempermudah dan mempercepat penggunaan *website* ketika pemesanan selain itu juga dengan penambahan

Wanda Dania Utami, 2018

PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP INTENTION TO RE-USE WEBSITE OTA DALAM PEMBELIAN TIKET PESAWAT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

promosi yang menarik dan ketepatan janji promosi bisa dengan lebih mengenalkan fitur yang ada pada setiap OTA, seperti *smart roundtrip* dengan memilih jadwal keberangkatan dan kepulangan dalam satu layar, *smart traveler* yaitu pengguna tidak perlu mengisi data diri ketika memesan tiket untuk perjalanan yang sama dikemudian hari dan *smart refund* yaitu dapat melakukan proses *refund* melalui aplikasi dan tidak perlu menghubungi *customer service*.

3. Persepsi pengguna pada *e-service quality* terhadap *intention to re-use* secara umum dapat dinilai tinggi, namun untuk mempertahankan bahkan meningkatkan penggunaan untuk menggunakan ulang *website OTA* Traveloka, Tiket.com dan Booking.com harus gencar meningkatkan kualitas *website* agar semakin unggul dalam bersaing dengan *OTA* lainnya.
4. Sebagai bahan rekomendasi untuk peneliti selanjutnya pada Traveloka, Tiket.com dan Booking.com, dapat mengangkat teori *marketing strategy* lainnya untuk meningkatkan penggunaan ulang untuk menciptakan dan mengantarkan nilai pada pengguna sehingga nilai yang diterima mengakibatkan pengguna melakukan penggunaan ulang. Oleh karena itu temuan lain tersebut diharapkan bisa menjadi masukan bagi perkembangan dan kemajuan bagi Traveloka, Tiket.com dan Booking.com dimasa yang akan datang.