

## BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

### 1.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari penjelasan teori serta hasil penelitian yang dilakukan dengan analisis deskriptif dan verifikatif yang menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM) mengenai Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Loyalty* melalui *E-Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Nasabah Sekuritas *Online Trading* di Indonesia) dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gambaran *e-service quality*, *e-satisfaction*, dan *e-loyalty* pada nasabah sekuritas *online trading* di Indonesia
  - a. Gambaran terhadap kinerja *e-loyalty*
    1. Hasil penelitian pada dimensi E-WOM dapat diketahui bahwa masih adanya permasalahan pada indikator *recommending*, *valence of opinion*, dan *saying positif*. Hal tersebut ditunjukkan masih adanya nasabah yang memilih angka satu pada kuesioner pertanyaan yang menyatakan sangat negatif. Terdapat 6 responden yang menyatakan sangat tidak bersedia untuk merekomendasikan *online trading*, 3 responden yang menyatakan sangat tidak antusias pada informasi *online trading*, dan 4 responden sangat tidak bersedia untuk mengunggulkan *online trading*.
    2. Hasil penelitian pada dimensi *personalization* menunjukkan adanya permasalahan pada indikator *interaction*, *gift*, dan *consideration*. Hal tersebut ditunjukkan masih adanya nasabah yang memilih angka satu pada kuesioner pertanyaan yang menyatakan sangat negatif. Terdapat 13 responden yang menyatakan pemeliharaan hubungan sekuritas sangat tidak baik, 3 responden yang menyatakan sekuritas sangat jarang memberikan tawaran khusus, dan 4 responden yang sangat meragukan bahwa *online trading* menjadi investasi terbaik.
    3. Dimensi *future purchase intention* menunjukkan adanya permasalahan pada indikator transaksional dan konsisten. Hal tersebut ditunjukkan masih adanya nasabah yang memilih angka satu pada kuesioner pertanyaan yang menyatakan sangat negatif. Terdapat 5 responden yang

sangat tidak bersedia untuk bertransaksi kembali dan 7 responden yang menyatakan sangat tidak bersedia untuk tidak beralih ke investasi lain.

b. Gambaran terhadap kinerja *e-satisfaction*

1. Hasil penelitian pada dimensi *convenience* mengalami permasalahan pada indikator *benefits*. Hal tersebut ditunjukkan terdapat 2 responden yang sangat tidak merasakan manfaat selama bertransaksi di *online trading*.
2. Hasil penelitian pada dimensi *customization* menunjukkan adanya permasalahan pada indikator *custome* dan *price assortment*. Hal tersebut ditunjukkan masih adanya nasabah yang memilih angka satu pada kuesioner pertanyaan yang menyatakan sangat negatif. Terdapat 4 responden yang menyatakan sekuritas sangat tidak bias diandalkan dalam memenuhi keinginan nasabah dan 7 responden yang menyatakan biaya transaksi *online trading* sangat tidak bervariasi.
3. Hasil penelitian pada dimensi *information* dapat diketahui adanya permasalahan pada indikator *accuracy*. Hal tersebut ditunjukkan terdapat 1 responden menyatakan bahwa informasi sekuritas sangat tidak akurat.
4. Hasil penelitian pada dimensi *website aesthetic* dapat diketahui bahwa masih adanya permasalahan pada indikator *design*, *overall layout*, dan *appealing*. Hal tersebut ditunjukkan masih adanya nasabah yang memilih angka satu pada kuesioner pertanyaan yang menyatakan sangat negatif. Terdapat 1 responden yang menyatakan secara visual design pada *website online trading* sangat tidak berkesan, 3 responden yang menyatakan *website online trading* sangat tidak rapih, dan 4 responden yang menyatakan *website online trading* sangat tidak menarik untuk digunakan.

c. Gambaran terhadap kinerja *e-service quality*

1. Hasil penelitian pada dimensi *efficiency* dapat diketahui bahwa masih adanya permasalahan pada indikator *user friendly*, *ease to find*, dan *navigation*. Hal tersebut ditunjukkan masih adanya nasabah yang memilih angka satu pada kuesioner pertanyaan yang menyatakan sangat negatif. Terdapat 11 responden yang menyatakan aplikasi serta *website online*

*trading* sangat sulit digunakan, 4 responden yang menyatakan sangat sulit untuk menemukan produk atau fitur yang diinginkan, dan 4 responden yang menyatakan kecepatan dalam mengakses aplikasi serta *website online trading* sangat lambat.

2. Hasil penelitian pada dimensi *system availability* dapat diketahui bahwa masih adanya permasalahan pada indikator *usability*, *adaptability*, dan *reliability*. Hal tersebut ditunjukkan masih adanya nasabah yang memilih angka satu pada kuesioner pertanyaan yang menyatakan sangat negatif. Responden yang menyatakan terdapat tombol yang sangat tidak berfungsi adalah 5 responden, 6 responden menyatakan fitur sangat jarang diperbaharui, dan 11 responden yang menyatakan aplikasi dan *website online trading* sangat tidak dapat diandalkan.
3. Hasil penelitian pada dimensi *fulfilment* dapat diketahui bahwa masih adanya permasalahan pada indikator *promise*, kesesuaian, dan *knowledge*. Hal tersebut ditunjukkan masih adanya nasabah yang memilih angka satu pada kuesioner pertanyaan yang menyatakan sangat negatif. Terdapat 3 responden yang menyatakan sekuritas sangat tidak baik dalam memenuhi janjinya kepada nasabah, 4 responden yang menyatakan produk yang dipesan dan yang diterima sangat tidak sesuai, dan 5 responden yang menyatakan sangat tidak tertarik untuk mencari informasi mengenai investasi saham.
4. Hasil penelitian pada dimensi *privacy* menunjukkan adanya permasalahan pada indikator *security*. Hal tersebut ditunjukkan terdapat 8 responden menyatakan bahwa kerahasiaan data sangat tidak baik.
5. Hasil penelitian pada dimensi *contact* menunjukkan adanya permasalahan pada indikator *longest wait time* dan *call center*. Hal tersebut ditunjukkan masih adanya nasabah yang memilih angka satu pada kuesioner pertanyaan yang menyatakan sangat negatif. Terdapat 10 responden yang menyatakan waktu menunggu respon ketika mengalami kendala sangat lambat dan 1 responden yang menyatakan kelengkapan kontak pada aplikasi atau *website online trading* sangat tidak lengkap.

6. Hasil penelitian pada dimensi *responsiveness* dapat diketahui bahwa masih adanya permasalahan pada indikator *responsible*, *emphaty*, dan *solutive*. Hal tersebut ditunjukkan masih adanya nasabah yang memilih angka satu pada kuesioner pertanyaan yang menyatakan sangat negatif. Terdapat 7 responden yang menyatakan sekuritas sangat tidak cepat tanggap ketika dihubungi oleh nasabah, 7 responden yang menyatakan sekuritas sangat tidak peduli terhadap apa yang dialami nasabah, dan 5 responden yang menyatakan sekuritas sangat tidak memberikan solusi dalam penanganan masalah selama bertransaksi di aplikasi atau *website online trading*.
  7. Hasil penelitian pada dimensi *website design* menunjukkan adanya permasalahan pada indikator *language* dan *design of icon*. Hal tersebut ditunjukkan masih adanya nasabah yang memilih angka satu pada kuesioner pertanyaan yang menyatakan sangat negatif. Terdapat 5 responden yang menyatakan penggunaan bahasa pada aplikasi atau *website online trading* sangat sulit dipahami dan 7 responden yang menyatakan bahwa antara *design icon* dan kebergunaannya sangat tidak sesuai.
  8. Hasil penelitian pada dimensi *commission* menunjukkan adanya permasalahan pada indikator *balance* dan *compare*. Hal tersebut ditunjukkan masih adanya nasabah yang memilih angka satu pada kuesioner pertanyaan yang menyatakan sangat negatif. Terdapat 3 responden yang adanya ketidak sesuaian antara tingginya biaya transaksi dengan kualitas yang dirasakan dan 14 responden yang menyatakan biaya transaksi *online trading* cenderung lebih mahal dibandingkan investasi lainnya.
2. *E-service quality* berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap *e-satisfaction* pada nasabah sekuritas *online trading* di Indonesia. Berdasarkan hasil pengolahan data membuktikan bahwa adanya peningkatan pada *e-service quality* terjadi dikarenakan adanya faktor dimensi yaitu *efficiency*, *system availability*, *fulfillment*, *privacy*, *contact*, *responsiveness*, *website design*, dan *commission* yang dapat mempengaruhi *e-satisfaction* terhadap pengalaman

nasabah secara langsung serta signifikan melalui dimensi *convenience*, *customization*, *information*, *communication*, dan *website aesthetic*.

3. *E-satisfaction* berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap *e-loyalty* pada nasabah sekuritas *online trading* di Indonesia. Semakin puas nasabah maka dapat meningkatkan kesetiaan nasabah terhadap sekuritas. Hal tersebut menunjukkan bahwa penerapan dimensi *e-satisfaction* dapat meningkatkan *e-loyalty* nasabah kepada sekuritas melalui pengukuran E-WOM, *personalization*, dan *future purchase intention*.
4. *E-service quality* tidak berpengaruh secara langsung terhadap *e-loyalty*. Hal ini membuktikan bahwa penerapan *e-service quality* yang diciptakan melalui dimensi *efficiency*, *system availability*, *fulfillment*, *privacy*, *contact*, *responsiveness*, *website design*, dan *commission* tidak dapat mempengaruhi *e-loyalty* pada nasabah sekuritas *online trading* secara langsung, sehingga diperlukannya *e-satisfaction* sebagai penghubung yang berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap *e-loyalty*.

## 1.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Loyalty* dengan *E-Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi sebagai berikut:

1. Rekomendasi berdasarkan *e-service quality*, *e-satisfaction*, dan *e-loyalty* yaitu:
  - a. Gambaran terhadap kinerja *e-loyalty*
    1. Hasil penelitian pada dimensi E-WOM dapat diketahui bahwa masih adanya permasalahan pada indikator *recommending*, *valence of opinion*, dan *saying positif*. Oleh karena itu penulis merekomendasikan kepada sekuritas untuk meningkatkan kualitas layanan pada aplikasi dan *website online trading* sehingga nasabah dapat dengan senang mengunggulkan produk serta merekomendasikan kepada nasabah dan juga sekuritas bisa dapat memberikan hadiah spesial jika ada nasabah baru yang berinvestasi atas referensi nasabah yang telah setia.
    2. Hasil penelitian pada dimensi *personalization* menunjukkan adanya permasalahan pada indikator *interaction*, *gift*, dan *consideration*. Oleh karena itu penulis merekomendasikan kepada sekuritas untuk lebih sering

membangun komunikasi kepada nasabah secara personal, memberikan pelayanan khusus atas kesetiannya, dan meyakinkan nasabah bahwa investasi *online* memberikan keuntungan dalam mengelola keuangan

3. Dimensi *future purchase intention* menunjukkan adanya permasalahan pada indikator transaksional dan konsisten. Oleh karena itu penulis merekomendasikan sekuritas untuk membangun *awareness* terlebih dahulu untuk meyakinkan nasabah yang ragu terhadap aplikasi atau *website online trading*.
- b. Gambaran terhadap kinerja *e-satisfaction*
1. Hasil penelitian pada dimensi *convenience* mengalami permasalahan pada indikator *benefits*. Oleh karena itu penulis merekomendasikan sekuritas perlu memberikan edukasi secara gratis yang memberikan kesadaran kepada nasabah bahwa *online trading* dapat memberikan keuntungan dan juga membimbing nasabahnya untuk meminimalisir kerugian pada jual beli saham.
  2. Hasil penelitian pada dimensi *customization* menunjukkan adanya permasalahan pada indikator *custome* dan *price assortment*. Oleh karena itu penulis merekomendasikan sekuritas untuk lebih memperhatikan keinginan serta kebutuhan nasabah sehingga harapan nasabah dapat terpenuhi dan juga nasabah perlu memvariasikan biaya transaksi sesuai statusnya sehingga mahasiswa yang pendapatannya masih dari orang tua tidak keberatan untuk melakukan transaksi.
  3. Hasil penelitian pada dimensi *information* dapat diketahui adanya permasalahan pada indikator *accuracy*. Oleh karena itu penulis merekomendasikan bahwa sekuritas perlu menyesuaikan yang diinformasikan dengan ketentuan yang ada untuk meminimalisir rasa kecewa nasabah.
  4. Hasil penelitian pada dimensi *website aesthetic* dapat diketahui bahwa masih adanya permasalahan pada indikator *design*, *overall layout*, dan *appealing*. Oleh karena itu penulis merekomendasikan sekuritas perlu memperhatikan warna tema, tata letak, dan pewarnaan design pada *website*

*online trading* sehingga nasabah dengan senang hati berlama-lama mengakses *website* tersebut.

c. Gambaran terhadap kinerja *e-service quality*

1. Hasil penelitian pada dimensi *efficiency* dapat diketahui bahwa masih adanya permasalahan pada indikator *user friendly*, *ease to find*, dan *navigation*. Oleh karena itu penulis merekomendasikan sekuritas untuk memberikan pelayanan tutorial penggunaan aplikasi dan *website online trading* sehingga mempermudah nasabah untuk memahaminya. Sekuritas juga perlu meningkatkan performa aplikasi dan *website* untuk mempercepat nasabah bertransaksi dikarenakan harga saham dapat dengan cepat berubah.
2. Hasil penelitian pada dimensi *system availability* dapat diketahui bahwa masih adanya permasalahan pada indikator *usability*, *adaptability*, dan *reliability*. Oleh karena itu penulis merekomendasikan sekuritas untuk selalu memperbaharui teknologi yang digunakan sehingga setiap tombol dan fitur dapat berfungsi dengan baik dan juga mempermudah nasabah bertransaksi.
3. Hasil penelitian pada dimensi *fulfilment* dapat diketahui bahwa masih adanya permasalahan pada indikator *promise*, kesesuaian, dan *knowledge*. Oleh karena itu penulis merekomendasikan sekuritas untuk menjaga kepercayaan nasabah dengan memenuhi janji ataupun info yang diberikan, lalu lebih teliti lagi memperhatikan sistem untuk menyesuaikan produk yang dipesan, dan menjadikan informasi yang diberikan menarik sehingga nasabah tertarik untuk membacanya.
4. Hasil penelitian pada dimensi *privacy* menunjukkan adanya permasalahan pada indikator *security*. Oleh karena itu penulis merekomendasikan sekuritas perlu lebih menjaga keamanan data yang telah diberikan nasabah untuk menghindari adanya kejahatan atau pencurian data dan juga sekurita dapat menambahkan fitur untuk mengautentikan data ketika *login*.
5. Hasil penelitian pada dimensi *contact* menunjukkan adanya permasalahan pada indikator *longest wait time* dan *call center*. Oleh karena itu penulis merekomendasikan sekuritas untuk menambah *customer service* atau

memberikan waktu penyelesaian masalah dengan cepat sehingga nasabah lain yang mengalami kendala dapat dengan cepat mendapatkan respon. Sekuritas juga perlu melengkapi kontak yang dapat dengan mudah dihubungi nasabah dalam berkonsultasi ataupun terjadinya kendala.

6. Hasil penelitian pada dimensi *responsiveness* dapat diketahui bahwa masih adanya permasalahan pada indikator *responsible*, *emphaty*, dan *solutive*. Oleh karena itu penulis merekomendasikan sekuritas untuk lebih perketat pelayanan *customer service* dengan adanya ketentuan gaya bicara yang ramah dan juga memberikan solusi setiap masalah nasabah.
  7. Hasil penelitian pada dimensi *website design* menunjukkan adanya permasalahan pada indikator *language* dan *design of icon*. Oleh karena itu penulis merekomendasikan sekuritas menyediakan penggunaan Bahasa Inggris dan juga Indonesia, lalu memberikan keterangan lebih detail pada setiap fitur sehingga nasabah dapat memahami kegunaan layanan tersebut.
  8. Hasil penelitian pada dimensi *commission* menunjukkan adanya permasalahan pada indikator *balance* dan *compare*. Oleh karena itu penulis merekomendasikan sekuritas untuk tetap memperhatikan kualitas layanan karena tingginya biaya transaksi sehingga nasabah merasa tidak rugi selama bertransaksi di *online trading*
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap *e-satisfaction*. Oleh karena itu, penulis merekomendasikan kepada sekuritas *online trading* di Indonesia untuk tetap mempertahankan serta terus mengembangkan kualitas layanan aplikasi dan *website online trading* dengan aspek *e-service quality* yang diciptakan melalui dimensi *efficiency*, *system availability*, *fulfilment*, *privacy*, *contact*, *responsiveness*, *website design*, dan *commission*. Untuk penelitian selanjutnya, terdapat beberapa rekomendasi variabel dari penulis yang dapat mempengaruhi *e-service quality* menurut penelitian terdahulu yaitu *tangibles* (Sudjianto & Japarianto, 2017), *linkage* (Santos, 2003), *multi-fungsional website* (Sohn & Tadisina, 2008), *trust*, dan *experience* (Hesty Welmy Messakh, 2016).
  3. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa *e-satisfaction* memiliki hubungan yang positif terhadap *e-loyalty*. Penulis merekomendasikan sekuritas *online trading*



untuk terus memperhatikan kepuasan nasabah dalam pelayanannya terhadap aplikasi dan *website online trading* dengan melibatkan dimensi *convenience*, *customization*, *information*, *communication*, dan *website aesthetic* sehingga dapat menciptakan serta meningkatkan *e-loyalty* nasabah untuk terus berinvestasi serta bertransaksi di aplikasi dan *website online trading* saham.

4. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa tidak adanya hubungan secara langsung antara *e-service quality* terhadap *e-loyalty*. Untuk penelitian selanjutnya peneliti merekomendasikan beberapa dimensi yang dapat digunakan *e-service quality* yang terdiri dari *structure* (Ali Alkhateeb, 2020), *tangible flexibility*, *trust*, *experience* (Parasuraman et al., 2005). sebagaimana tidak digunakan pada penelitian ini. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan variabel mediasi yaitu *e-satisfaction* yang dapat dijadikan sebagai penghubung antara pengaruh *e-service quality* terhadap *e-loyalty* (Jessica Ordalia Kristanto, 2018; Maimunah et al., 2019).