

BAB 5

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang terdapat di bab 4 mengenai pengaruh *e-service quality* terhadap niat penggunaan ulang konsumen. Dapat disimpulkan beberapa kesimpulan berikut:

1. Persepsi konsumen terhadap *e-service quality* pada layanan kesehatan digital Alodokter.

- *Efficiency*

Secara keseluruhan 8 indikator yang dimiliki dimensi *efficiency* dinilai baik oleh para responden. Responden sangat setuju bahwa aplikasi Alodokter memudahkan pengguna untuk menemukan apa yang dibutuhkan. Sebagai contoh ketika pengguna ingin mencari nama dari dokter maupun produk berupa obat yang dijual bisa langsung mencari pada kolom *search engine* yang kemudian akan terbuka hasil dari pencarian tersebut. Perpindahan menu didalam aplikasi Alodokter sendiri pun dinilai mudah oleh para responden, dari menu ke menu lain-nya dapat diakses dengan cepat sehingga menjadi sebuah kemudahan bagi para pengguna aplikasi Alodokter itu sendiri. Ketika responden ingin melakukan sebuah transaksi juga Alodokter membuat rangkaian pembayarannya dengan mudah dipahami oleh para pengguna-nya sehingga para pengguna bisa langsung mendapatkan kebutuhan di dalam Alodokter itu sendiri.

- *System Availability*

Secara keseluruhan 4 indikator yang dimiliki dimensi *system availability* dinilai baik oleh para responden. Responden merasa Alodokter selalu tersedia untuk keperluan pelanggan-nya. Ketika pengguna dari Alodokter ingin menggunakan aplikasi, maka mereka hanya tinggal membuka aplikasi dari Alodokter tersebut yang kemudian dapat langsung digunakan sesuai kebutuhan masing-masing dari para pengguna-nya. Ketika digunakan pun aplikasi tidak mengalami kendala yang menyusahkan para pengguna-nya.

- *Fulfilment*

Secara keseluruhan 5 indikator yang dimiliki dimensi *fulfilment* dinilai baik oleh para responden. Responden merasa aplikasi Alodokter menepati apa yang dijanjikan kepada mereka. Ketika pengguna dari Alodokter ingin memesan sebuah produk berupa obat yang dijual pada Alodokter, maka akan terlihat ketersediaan dari stok barang tersebut yang jika stok-nya ada dapat langsung dipesan oleh pengguna dan kemudian akan dikirimkan dari pihak Alodokter sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan ketika pengguna memesan produk tersebut, yang kemudian sampai kepada alamat pemesan dengan tepat waktu.

- *Privacy*

Secara keseluruhan 3 indikator yang dimiliki dimensi *privacy* dinilai baik oleh para responden. Responden merasa riwayat penyakit, data diri dan informasi mengenai sistem pembayaran-nya aman dan tidak terjadi kebocoran data yang merugikan para pengguna.

2. Niat penggunaan ulang konsumen pada aplikasi layanan kesehatan digital Alodokter.

Berdasarkan bobot perhitungan dari variabel niat penggunaan ulang, disimpulkan bahwa responden memiliki niat penggunaan yang tinggi terhadap aplikasi Alodokter. Responden merasa bahwa artikel-artikel kesehatan dari Alodokter membuat mereka memiliki niat untuk membuka aplikasi Alodokter. Responden juga memiliki niat untuk membuat Alodokter menjadi pilihan utama dalam hal pelayanan kesehatan digital dibandingkan aplikasi pesaing dari Alodokter, selain itu juga para responden memiliki niat untuk merekomendasikan aplikasi Alodokter kepada kerabat maupun keluarga-nya itu sendiri. Dapat dikatakan bahwa pengguna dari Alodokter akan melakukan penggunaan ulang pada aplikasi Alodokter.

3. Pengaruh *e-service quality* terhadap niat penggunaan ulang aplikasi layanan kesehatan digital Alodokter.

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi simultan terdapat hasil 0.651 dalam tabel *R square*, kontribusi variabel *independent e-service quality* yang terdiri dari dimensi *efficiency*, *system availability*, *fulfilment*, serta *privacy* terhadap variabel *dependent* niat penggunaan ulang adalah sebesar 65,1% dan sisanya sebesar 34,9% merupakan faktor yang tidak diteliti pada penelitian ini.

5.2 Saran

Pada bagian saran, penulis akan memberikan saran agar aplikasi layanan kesehatan digital Alodokter dapat lebih berkembang dari sebelumnya. Berdasarkan hasil dan pembahasan yang sudah dijelaskan diatas, responden secara garis besar sudah puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Alodokter. Pada bagian ini penulis akan memberikan saran kepada Alodokter. Adapun saran dibuat untuk memastikan bahwa hal ini mungkin suatu saat penting bagi konsumen. Berikut adalah saran-saran yang penulis berikan kepada Alodokter.

- ***Efficiency***

Alodokter dapat memberikan *update* untuk aplikasinya itu sendiri lebih rutin lagi dikarenakan untuk mencegah adanya hambatan penggunaan dari aplikasi tersebut ketika memuat halaman-nya agar menjadi lebih cepat dan tanpa harus menunggu lama ketika membuka aplikasi. Dengan pemberian *update* dari aplikasi itu sendiri juga membantu para pengguna yang memiliki *gadget* sudah berumur yang sering mengalami hambatan dalam penggunaan aplikasi pada *gadget* nya. Alodokter juga dapat membuat bagian pembayaran-nya sendiri, dimana pengguna yang hendak menggunakan aplikasi Alodokter di haruskan *top-up* saldo terlebih dahulu pada *e-money* Alodokter nya, sehingga untuk pembayaran, para pengguna tidak perlu lagi untuk menggunakan pilihan pembayaran lain-nya.

- ***Fulfillment***

Untuk bagian ketersediaan stok obat, Alodokter bisa bekerjasama lagi dengan apotek-apotek yang lain dan tidak bekerja sama dengan apotek Century saja, peneliti menyarankan hal tersebut karena jikalau Alodokter bekerja sama dengan apotek lain-nya maka variasi dari obatnya pun semakin banyak untuk dipilih oleh para pengguna Alodokter.

Untuk bagian pengiriman dari produk berupa obat-obatan seharusnya konsumen bisa memilih preferensi jasa kurir pengiriman apa yang bisa dipilih dan tidak terpatok oleh satu jasa kurir pengiriman saja, karena diketahui Alodokter hanya bekerja sama dengan jasa pengiriman Antaraja. Lebih baik Alodokter memberikan pilihan lebih banyak lagi untuk jasa kurir apa yang ingin dipilih oleh para konsumen-nya.

- Privacy

Untuk data para pengguna yang digunakan oleh tim Telemedika Alodokter untuk menawarkan paket-paket produk yang ditawarkan, seharusnya tim Telemedika melakukan penawaran tersebut jangan terlalu sering karena dapat menyebabkan konsumen yang ditawari tersebut menjadi risih. Seharusnya Alodokter cukup menawarkan produk maupun jasa yang tersedia melalui via email maupun aplikasinya saja dan tidak melalui via call melalui nomor telepon yang Alodokter dapatkan ketika pengguna mendaftarkan diri mereka di awal.

Oleh karena itu, Alodokter dapat memperbaiki *e-service quality* yang ada dengan menambah saran-saran diatas, saran-saran tersebut berfungsi untuk membuat layanan aplikasi kesehatan digital Alodokter menjadi lebih baik daripada sebelumnya dan juga dari saran tersebut konsumen lebih memiliki opsi pilihan yang lebih banyak dari segi pilihan obat yang tersedia dan juga dari segi pengiriman produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, Kumar, Day,& Leone . 2011. *Marketing Research (10th Edition)*. United States of America: John Wiley & Sons, Inc.
- achmadsudirofebub.lecture.ub.ac.id. (2012, 16 Februari). *Modul 4 Metode Penelitian*. Diakses pada, 20 Oktober 2020 dari <http://achmadsudirofebub.lecture.ub.ac.id/2012/02/100/>
- Akbarianto, Rizky. 2020. *Pengaruh persepsi konsumen atas kualitas makanan dan general interior terhadap kepuasan konsumen yang berdampak pada niat beli ulang : suatu kasus pada Restoran Sleeping Forest Bandung*. Skripsi. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.
- Akhmadi, M Denaldi Danial. Martini, Erni. 2020. *Pengaruh E-Service Quality terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Aplikasi OVO*. Jurnal Mitra Manajemen Vol.4, No.5, (2020) 708-720.
- Algifari. 2015. *Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE.
- Amadea, Cynthia. 2017. *Pengaruh E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Online Zalora*. Skripsi. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.
- Andi.link (2020, 17 Juni). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020*. Diakses pada, 5 September 2020 dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>
- Anjani, Tricia Puspa. 2019. *Analisis pengaruh keragaman produk, promosi, dan desain situs terhadap niat akses E-Commerce Lazada pada generasi milenial*. Skripsi. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.
- Anwar, Sanusi. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta:Salemba Empat.

- Biskom.web.id. (2020, 24 September). Ketahui Jenis-Jenis E-Health dan Kegunaannya. Diakses Pada, 2 Oktober 2020 dari <https://www.biskom.web.id/2020/09/24/ketahui-jenis-jenis-e-health-dan-kegunaannya.bwi>
- Cut Rihana, Heni dan , Dr. Erma Setiawati, Ak, M.M. 2018. *Analisis Pengaruh Trust, Information Quality, Kemudahan, Manfaat, Dan Resiko Terhadap Minat Pembeli Dalam Menggunakan Sistem E-Commerce (Studi Empiris Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)*. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Cynthiadewi, P.R., dan Hatammimi, J. 2014. *The influence of Electronic Word of Mouth Toward Brand Image and Purchase Intention of 13th Shoes*. *International Journal Conference on Economics* Vol.3, No.2, (2014) 10-11.
- Databoks.com (2018, 12 Januari). *Berapa jumlah Penduduk Indonesia*. Diakses pada, 7 September 2020 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/01/12/berapa-jumlah-penduduk-indonesia>
- Databoks.katadata.co.id (2020, 15 September). *Pengguna Smartphone diperkirakan Mencapai 89% Populasi pada 2025*. Diakses pada 17 September 2020 dari databoks.katadata.co.id/2020/09/15/pengguna-smartphone-diperkirakan-mencapai-89-populasi-pada-2025
- Databoks.katadata.co.id (2021, 4 Juni). *Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*. Diakses pada, 11 Juni 2021 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- Faradiba, Sri Rahayu Tri Astuti. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen*. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Diponegoro* Vol.2, No.3, (2013) 1-11.

- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Finansialku.com (2016, 31 Desember). *Kisah Sukses Nathanael Faibis Pendiri Alok Dokter.com*. Diakses pada, 7 September 2020 dari <https://www.finansialku.com/kisah-sukses-nathanael-faibis-pendiri-alokdokter-com/>
- Fkom.almaata.ac.id. (2018, 24 Oktober). *e-health?*. Diakses pada, 19 September 2020 dari <http://fkom.almaata.ac.id/e-health/>
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A., Diana, B., Murchandie, B.G. and Sitinjak, M.F. (2016). *The Effect on Involvement and Electronic Word of Mouth (Ewom) on Brand Image and Its Impact on Consumers Brand Switching of Mamypoko*. *International Journal of Economic and Management* Vol.10, No.81, (2016) 19-31.
- Handayani, Trustorini. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada MQ Guest House Bandung*. *Jurnal Manajemen Universitas Komputer Indonesia* Vol.2, No.2, (2013) 84.
- Handriani, Dezara Judithia. 2019. *Proses Adaptasi Ikatan Mahasiswa Fakfak Di Kota Bandung*. Skripsi. Bandung: Universitas Komputer Indonesia.
- Harlisana, Rheandari Latifasya. 2018. *Pengaruh persepsi konsumen pada e-service quality terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya pada niat beli ulang konsumen JD.id di Indonesia*. Skripsi. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.

- Imam Ghazali. *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. (Yogyakarta: graha ilmu,2016). Hlm. 125.
- Indriani, Dewi. 2019. *Pengaruh Marjin Laba Bersih, Pertumbuhan Penjualan dan Set Kesempatan Investasi Terhadap Kebijakan Dividen Pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017*. Skripsi. Bandung: Universitas Komputer Indonesia.
- Inet.detik.com (2020, 20 Februari). *Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia*. Diakses pada, 7 September 2020 dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>
- Kotler, Philip. 2016. *Marketing Management Global Edition*. Edinburgh: Pearson.
- Kotler, Phillip. Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management*. Edinburgh: Pearson.
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Mulyatiningsih, E. 2011. *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Nellyaningsih, Risma Dwi Komala. 2017. *Tinjauan Implementasi Personal Selling Pada PT.Astra International Daihatsu Astra Biz Center Bandung pada tahun 2017*. Jurnal Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom Vol.3, No. 2, (2017) 330.
- Pamenang, W., dan Susanto, H. 2016. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus pada Produk Kerupuk Ikan Lele UKM Minasari Cikaria Pati, Jawa Tengah)*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Vol.15, No.3, (2016) 206-211.
- Panca Putra, I.B., dan Ni Made Wulandari Kusumadewi. 2019. *Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen*. Jurnal. Bali: Universitas Udayana.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). *A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 168-174.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). *A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality*. *Journal of Service Research*, 7(3), Pp 213-234.
- Prananta, Adhitya. 2014. *Analisis Keadilan dan Kepuasan Kompensasi Pada Karyawan PT.Charoen Pohkpan Indonesia*. Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata.
- Puriwat, W., dan Tripopsakul, S. 2017. *The Impact Of E-Service Quality On Customer Satisfaction And Loyalty In Mobile Banking Usage: Case Study Of Thailand*. *Publish Journal Of Management Studies*, 183-193.
- Purnawijaya, Fregrace Meissy. 2019. *Pengaruh Disiplin Kerja dan Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kedai 27 di Surabaya*. *Jurnal Program Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra Vol.7, No.1, (2019) 3*.
- Raihan, Dika Muhammad. 2018 . *Pengaruh persepsi konsumen pada e-service quality terhadap niat beli ulang: Studi pada e-commerce NAMA Indonesia*. Skripsi. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.
- Rifky, Ari Farhanur. 2020. *Pengaruh E-Service Quality dan E-Recovery Service Quality Terhadap E-Satisfaction*. Skripsi. Bandung: Universitas Komputer Indonesia.
- Rinjani, Dewi. 2019. *Pengaruh E-Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Medan-Tanjung Balai)*. Skripsi. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Sekaran, Uma. Bougie, Roger. 2016. *Research Methods for Business*. Chichester : Wiley.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT.Alfabet.

- Sulaeman, Elis Reynata. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Charly VHT Family Karaoke Cabang Garut)*. Jurnal Magister Manajemen Universitas Katolik Parahyangan Vol.14, No.2, (2015) 176.
- Theon, Randy. 2020 . *Penerapan pemasaran digital pada toko lily jaya*. Skripsi. Batam: Universitas Internasional Batam.
- Wahyu Aji Saputra, Dimas and Rutinaias, Haholongan (2021) *The Effect of Consumer Preference, Consumer Behaviour and Brand Image on Customer Loyalty (Study Case of Honda CBR's Consumer at Kalbis Institute, East Jakarta)*. Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Wardhana, Onny Herlambang Putra. 2016. *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Nilai, Pengaruh Sosial, Persepsi Resiko dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-Commerce*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Vol.4, No.2, (2016)
- Wong, Jony. 2010. *Internet Marketing For Beginners*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Yusliani, Nafsiyah Mutmainnah. 2019. *Perilaku Konsumsi Serat Pangan Siswa Kelas XI Program Keahlian Jasa Boga SMKN 3 Klaten*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

