

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian ini bahwa hanya terdapat dua variabel yang memiliki pengaruh signifikan dari hasil perhitungan uji regresi yaitu dimensi *Efficiency* X_1 , dan *System Availability* X_3 pada niat pakai ulang *E-Wallet* Sakuku. Maka dari itu penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Penilaian responden mengenai *E-Service quality* pada *E-Wallet* Sakuku
Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan di bab sebelumnya, didapatkan bahwa responden merasa tidak puas akan dimensi *efficiency* dan *system availability*. Hal ini dibuktikan dengan hasil rata-rata hitung dari dimensi *efficiency* sebesar 2,42 dan *system availability* sebesar 2,76..
Maka dapat disimpulkan bahwa *E-Wallet* Sukaku masih memiliki *e-service quality* yang dinilai Cukup buruk
- 2) Penilaian responden mengenai Niat Pakai Ulang konsumen *E-Wallet* Sukaku
Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan di bab sebelumnya, didapatkan rendahnya rata-rata hitung yaitu sebesar 2,58. Responden memberikan penilaian rendah pada berniat menggunakan ulang, memberikan rekomendasi, mencari informasi terbaru, dan menjadikan pilihan utama. Maka dapat disimpulkan bahwa *E-Wallet* Sukaku memiliki niat pakai ulang yang rendah
- 3) Pengaruh *e-service quality* terhadap niat pakai ulang konsumen *E-Wallet* Sakuku
Berdasarkan uji parsial yang telah dilakukan *efficiency* (X_1) dan *system availability* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat pakai ulang dengan nilai sebesar 0,920 dan 0,660. Sedangkan dimensi *fulfillment* (X_2) dan *privacy* (X_4) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat pakai ulang. Berdasarkan uji koefisien determinasi yang dilakukan, *e-service quality* (X) memiliki kontribusi sebesar 65,1% terhadap niat pakai ulang (Y).

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan disimpulkan, penulis memiliki saran bagi *E-Wallet* Sukaku yang dapat digunakan untuk memperbaiki kekurangan yang masih ada di aplikasi Sukaku.

- Memperbaiki sistem transaksi didalam aplikasi agar lebih cepat dalam proses transaksi seperti saat pengguna membayar di merchant tertentu harus mengonfirmasi terhadap merchant tersebut agar pembayaran yang dilakukan diterima oleh pihak Sakuku. Diharapkan aplikasi dapat mempermudah dalam proses transaksinya.
- Perusahaan diharapkan untuk memperbaiki aplikasi agar ketika konsumen membuka aplikasi sering kali konsumen dihadapkan kembali untuk mendaftar akun terlebih dahulu walaupun para konsumen sudah memiliki akun.
- Melakukan pembaruan aplikasi karena aplikasi seringkali mengalami error/crash khususnya ketika sedang digunakan aplikasi seringkali mengalami *freeze* lalu kembali keluar aplikasi.
- Memperbaiki sistem transfer atau pengiriman yang dimiliki Sakuku khususnya ketika konsumen dalam melakukan transfer saldo terkadang saldo sudah terpotong tetapi tidak ada mutasi transfer tersebut dan juga saldo yang di transfer belum diterima oleh penerima saldo tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Labibah, Z. (2019). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN PROMOSI DARING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT PEMBELIAN ULANG PADA PEMESANAN HOTEL DI SITUS TRAVELOKA. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 1-13.
- Faridhal, M. (2019). ANALISIS TRANSAKSI PEMBAYARAN NONTUNAI MELALUI E-WALLET: PERSPEKTIF DARI MODIFIKASI MODEL UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2. 1-17.
- Kumalasari, I. A., Ardiyanto, F., & Basri, A. I. (2021). Niat Pembelian Ulang Generasi Z Terhadap Produk Merek Miniso. *Aktiva Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1, 1-8.
- Juhria, A., Meinitasari, N., Fauzi, F. I., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pelanggan di aplikasi e-commerce shopee. *Jurnal Manajemen*, 13, 55-62.
- Abdillah, W., & Herawati, A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi*, 2, 309-325.
- Lukitaningsih, A. (2014). PERKEMBANGAN KONSEP PEMASARAN: IMPLEMENTASI DAN IMPLIKASINYA. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 14, 16-29.
- Magdalena, A., & Jaolis, F. (2018). ANALISIS ANTARA E-SERVICE QUALITY, E-SATISFACTION, DAN E-LOYALTY DALAM KONTEKS E-COMMERCE BLIBLI. *Program Manajemen Pemasaran*, 1-11.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Malhotra, A. (2005). E-S-Qual: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. 2-21.
- rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6, 49-54.
- Nurmi. (2019). PENGARUH BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KACANG TELOR AYAM PADA PT. CAHAYA ANUGRAH SENTOSA DI KOTA MAKASSAR. 1-16.
- Priangani, A. (2013). MEMPERKUAT MANAJEMEN PEMASARAN DALAM KONTEKS PERSAINGAN GLOBAL. *Jurnal Kebangsaan*, 2, 1-9.
- Permana, G. L., Setyo Rini, H. P., & rma Paramartha, I. N. (2021). Fintech Dari Perspektif Perilaku User Dalam Penggunaan E-Wallet Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Akuntansi dan Keuangan*, 50-70.
- Sahadev, S., & Purani, K. (2008). Modelling the consequences of e-service quality. *Marketing Intelligence & Planning*, 26, 605-620.
- Aren, S., Güzelb, M., Kabadayıc, E., & Alpkand, L. (2013). Factors Affecting Repurchase Intention to Shop at the Same Website. *International Strategic Management Conference*.

- Lestari, V. T., & Ellyawati, J. (2019). PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK PADA NIAT BELI ULANG UJI E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI. 15.
- Tegowati. (2016). MINAT BELI ULANG HANDPHONE EVERCOSS DI PUSAT PERBELANJAAN HANDPHONE WTC SURABAYA. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 2, 406-416.
- Wahyujatmiko, S., & Hadi, I. Y. (2018). MANAJEMEN PEMASARAN ONLINE MAKARONI HUHHAH YOGYAKARTA. *Jurnal Bisnis Teori dan Implementasi*, 9, 100-120.
- Silaen, E., & Prabawani, B. (2019). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN MENGGUNAKAN E-WALLET DAN PERSEPSI MANFAAT SERTA PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG SALDO E-WALLET OVO. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Pee, L., Jiang, J., & Klein, G. (2018). Signaling Effect of Website Usability on Repurchase Intention. *International Journal of Information Management*, 39, 228-241.
- Amadea, C. (2017). Pengaruh e-service quality terhadap minat beli ulang konsumen online Zalora.
- Pratama, I. (2017). *Pengaruh e-service quality terhadap niat beli ulang konsumen pada Toko Online Brodo*. Universitas Katolik Parahyangan.
- Ramadhanty, D. A. (2021, 11 24). *Ketahui 5 Dompot Digital Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2021*. Retrieved from Good News From Indonesia: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/11/24/ketahui-5-dompot-digital-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2021>
- Gracia, E. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Niat Pakai Ulang Sakuku*. Universitas Katolik Parahyangan.
- Styadi, S. S. (2020). *Analisa Faktor-Faktor yang Berdampak Pada Niat Pakai E-Wallet Doku*. Universitas Katolik Parahyangan.
- Sisilia, B. (2020). *Pengaruh Persepsi Konsumen atas Sales Promotion dan Perceived Usefulness Terhadap Niat Untuk Menggunakan Aplikasi Link Aja*. Universitas Katolik Parahyangan.
- Khoirunnisa. (2019, 8 15). *iPrice: Top 10 E-wallet di Indonesia*. Retrieved from Selular.Id: <https://selular.id/2019/08/iprice-top-10-e-wallet-di-indonesia-q2-2019/>
- Andina, Y. (2019). *Menuju Cashless Society, Dompot Digital Indonesia Makin Berkembang*. Retrieved from Kreativv: <https://kreativv.com/dompot-digital/>
- Padma. (2022, 4 13). *Promo QRIS BCA Hanya Gimmick atau Penipuan?* Retrieved from Media Konsumen: <https://mediakonsumen.com/2022/04/13/surat-pembaca/promo-qrisk-bca-hanya-gimmick-atau-penipuan>
- Pratama, I. (2017). *Pengaruh e-service quality terhadap niat beli ulang konsumen pada Toko Online Brodo*. Universitas Katolik Parahyangan.
- Andjani, L. N. (2020). *Pengaruh Sales Promotion dan Electronic Service Quality Terhadap Brand Preference*. Universitas Katolik Parahyangan.
- Cermati.com. (2021). *Sakuku BCA*. Retrieved from Cermati: <https://www.cermati.com/e-money/sakuku-bca>

- Devita, D. (2019, 8 12). *Siapakah Aplikasi E-Wallet Terpopuler di Indonesia?* Retrieved from Iprice: <https://iprice.co.id/insights/id/digital-economy/aplikasi-e-wallet-indonesia-2019/>
- Annur, C. M. (2021, 10 28). *Nilai Transaksi Uang Elektronik RI Naik Jadi Rp 27,63 Triliun pada September 2021*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/28/nilai-transaksi-uang-elektronik-ri-naik-jadi-rp-2763-triliun-pada-september-2021>
- Safitri, B. A., & Azizah, N. (2021). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN ENJOYMENT TERHADAP REPEAT USAGE E-WALLET GOPAY MELALUI TRUST PADA GENERASI MILENIAL DI SURABAYA. *Jurnal Syntax Admiration*, 2, 183-202.
- Anggita, M., & Trenggana, A. M. (202). THE INFLUENCE OF CUSTOMER ENGAGEMENT AND E-SERVICE QUALITY ON REPURCHASE INTENTION WITH CUSTOMER SATISFACTION AS MEDIATOR VARIABEL ON TIKET.COM. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, 5, 83-99.
- Handayani, Y., Tyas, A. W., & Ummanah. (2022). How E-Service Quality And E-Trust Affect Reuse Decision on Aplikasi PrivyID. *Journal Management, Business, and Accounting*, 21, 18-30.
- Fiona, D. R. (2021). Pengaruh Promosi penjualan dan E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan Gopay di Jabodetabek). *Department Administrasi Bisnis*.
- Ayuni, Amanda, S. N., & Yusuf, A. (2021). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN BRAND IMAGE TERHADAP CONTINUANCE USAGE INTENTION PLATFORM DANA DOMPET DIGITAL OLEH GENERASI Y DAN Z. *JURNAL SAINS PEMASARAN INDONESIA*, 3, 196-211.