

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis menggunakan software SmartPLS 4.0 dan seluruh pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini menyimpulkan bahwa *E-Service Quality*, *E-trust*, dan *E-customer satisfaction* memiliki peran penting dalam membentuk *E-customer loyalty* pada pengguna aplikasi *e-wallet* DANA di DKI Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-customer satisfaction*, sehingga semakin baik kualitas layanan yang dirasakan pengguna—terutama terkait efisiensi, kemudahan penggunaan, kejelasan informasi, dan keandalan sistem—maka semakin tinggi tingkat kepuasan mereka terhadap aplikasi DANA. Selain itu, *E-Service Quality* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-customer loyalty*, yang berarti bahwa kualitas layanan yang memadai mampu mendorong pengguna untuk terus menggunakan aplikasi, melakukan transaksi berulang, serta berkeinginan merekomendasikannya kepada orang lain.

Penelitian ini juga menemukan bahwa *E-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-customer satisfaction*. Kepercayaan pengguna terhadap keamanan, integritas, dan reliabilitas aplikasi terbukti mampu meningkatkan kepuasan mereka selama menggunakan layanan DANA. Lebih lanjut, *E-trust* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-customer loyalty*, sehingga semakin tinggi kepercayaan pengguna, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk tetap setia menggunakan aplikasi tersebut. Temuan ini memperlihatkan bahwa rasa aman dan keyakinan terhadap kredibilitas aplikasi merupakan faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan pada layanan digital seperti *e-wallet*.

Di sisi lain, penelitian ini menghasilkan temuan bahwa *E-customer satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *E-customer loyalty*. Kepuasan yang terbentuk dari pengalaman penggunaan yang sesuai atau melebihi harapan mendorong pengguna untuk terus menggunakan aplikasi, meningkatkan frekuensi transaksi, serta memberikan rekomendasi positif kepada orang lain.

Dengan demikian, kepuasan pelanggan terbukti menjadi determinan utama pembentukan loyalitas pengguna dalam konteks aplikasi DANA.

Selain pengaruh langsung, penelitian ini juga menjawab rumusan masalah mengenai peran mediasi, di mana *E-customer satisfaction* terbukti berperan sebagai mediator parsial pada hubungan antara *E-Service Quality* terhadap *E-customer loyalty* dan hubungan antara *E-trust* terhadap *E-customer loyalty*. Artinya, kualitas layanan dan kepercayaan tidak hanya memengaruhi loyalitas secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung melalui peningkatan kepuasan pengguna. Mediasi parsial tersebut menunjukkan bahwa kepuasan memberikan kontribusi tambahan yang memperkuat bagaimana kualitas layanan dan kepercayaan dapat meningkatkan loyalitas pengguna.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa loyalitas pengguna aplikasi DANA terbentuk dari kombinasi kualitas layanan yang baik, tingkat kepercayaan yang tinggi, serta kepuasan yang konsisten. Ketiga faktor tersebut saling berhubungan dan bersama-sama menciptakan fondasi kuat dalam menjaga keberlanjutan penggunaan aplikasi. Dengan demikian, fokus pada peningkatan kualitas layanan, penguatan aspek kepercayaan, dan penciptaan pengalaman penggunaan yang memuaskan menjadi langkah strategis bagi pengembangan loyalitas pengguna *e-wallet* DANA di DKI Jakarta.

5.2 Keterbatasan

Dalam menyusun penelitian ini, peneliti telah berupaya mengikuti seluruh prosedur dan kaidah ilmiah yang berlaku, namun tetap terdapat beberapa keterbatasan. Pertama, pengukuran seluruh variabel dalam penelitian ini didasarkan pada persepsi responden melalui kuesioner berskala Likert. Pendekatan ini sangat bergantung pada penilaian subjektif responden, sehingga hasil yang diperoleh merefleksikan persepsi yang mereka rasakan saat pengisian kuesioner. Kondisi ini membuka kemungkinan adanya bias persepsi, seperti kecenderungan menjawab secara normatif atau tidak sepenuhnya mencerminkan perilaku aktual pengguna dalam konteks penggunaan aplikasi *e-wallet* DANA.

Kedua, model penelitian yang digunakan masih berfokus pada empat variabel utama, yaitu *E-Service Quality*, *E-trust*, *E-customer satisfaction*, dan *E-*

customer loyalty. Meskipun model tersebut sudah mampu menjelaskan proporsi varians yang cukup besar, secara konseptual masih terdapat faktor-faktor lain di luar model yang berpotensi memengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna, seperti persepsi risiko, promosi, kemudahan penggunaan, kualitas tampilan aplikasi, maupun pengaruh sosial. Dengan demikian, hasil penelitian ini perlu dipahami dalam batasan bahwa temuan yang diperoleh merupakan cerminan pengaruh dari variabel-variabel yang ditetapkan dalam model, dan belum mencakup seluruh kemungkinan faktor yang dapat memengaruhi perilaku pengguna *e-wallet*.

5.3 Saran

a) Saran untuk Perusahaan DANA

Berdasarkan hasil penelitian, pihak pengelola aplikasi DANA disarankan untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan kepercayaan pengguna karena keduanya terbukti berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas. Peningkatan kualitas layanan dapat difokuskan pada kemudahan penggunaan aplikasi, stabilitas sistem, serta kecepatan dan kelancaran transaksi, disertai penyajian informasi yang jelas agar pengguna memperoleh pengalaman layanan yang konsisten. Selain itu, pemenuhan kebutuhan personal pengguna juga perlu ditingkatkan melalui pengembangan fitur dan layanan yang lebih relevan dengan kebiasaan transaksi pengguna. Di sisi lain, penguatan kepercayaan pengguna perlu dilakukan melalui peningkatan keamanan transaksi dan perlindungan data pribadi, penerapan transparansi kebijakan layanan, serta penyediaan penanganan keluhan yang cepat dan responsif. Pengelola DANA juga disarankan memperketat pengawasan terhadap kredibilitas mitra dan merchant yang bekerja sama dengan DANA guna menjaga reputasi layanan dan meminimalkan potensi risiko yang dapat menurunkan kepercayaan pengguna.

b) Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain di luar penelitian ini, seperti persepsi risiko, keamanan transaksi, promosi, kualitas tampilan dan pengalaman pengguna aplikasi (UI/UX), serta pengaruh sosial yang berpotensi memengaruhi

keputusan dan perilaku pengguna *e-wallet*. Penelitian lanjutan juga dapat mempertimbangkan penggunaan metode yang lebih beragam, misalnya mengombinasikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif (*mixed methods*) agar mampu menggali pengalaman dan persepsi pengguna secara lebih mendalam. Selain itu, penelitian pada periode waktu yang berbeda atau menggunakan desain longitudinal dapat dilakukan untuk melihat dinamika perubahan kepuasan dan loyalitas pengguna seiring perkembangan teknologi dan kondisi industri layanan pembayaran digital, sehingga diperoleh hasil yang lebih komprehensif dan relevan.