



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan untuk melihat pengaruh penelitian dari *Service Quality* dari *Customer Service*, *Customer Trust* Terhadap *Customer Loyalty* Pada Pengguna Go-pay dengan *Customer Satisfaction* sebagai mediasi dengan metode PLS-SEM, peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

1. *Service Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*. Hal ini ditandakan dengan nilai *t-value* sebesar 2,956, nilai ini memenuhi syarat yaitu nilai *t-value* lebih besar dari *t-table* 1,65. Hal ini bisa terjadi karena adanya kualitas pelayanan dari *Customer Service* sudah cukup baik dan responsif sehingga membuat penggunaannya merasa puas.
2. *Customer Trust* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*. Hal ini disebabkan oleh nilai *t-value* sebesar 2,227, nilai ini memenuhi syarat yaitu nilai *t-value* lebih besar dari *t-table* 1,65. Hal ini bisa terjadi karena adanya kualitas pelayanan dari *Customer Service* Gopay sangat baik dan responsive, sehingga pengguna atau masyarakat merasakan aplikasi Gopay terutama salah satu fiturnya yaitu Gopay dapat dipercaya, maka pengguna akan merasa puas dengan memakai Gopay.
3. *Service Quality* tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Customer Loyalty*. Hal ini disebabkan oleh nilai *t-value* sebesar 1,027, nilai ini tidak memenuhi syarat yaitu nilai *t-value* lebih kecil dari *t-table* 1,65.

Hal ini bisa terjadi karena belum tentu pelayanan dari *Customer Service* itu selalu bagus, terkadang *Customer Service* sudah berusaha untuk lebih baik tetapi belum bisa membuat pengguna itu loyal, karena adanya persaingan yang ketat oleh brand lain seperti Dana, Shopeepay, Ovo, dsbnya.

4. *Customer Trust* tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Customer Loyalty*. Hal ini disebabkan oleh nilai *t-value* sebesar 1,389, nilai ini tidak memenuhi syarat yaitu nilai *t-value* lebih kecil dari *t-table* 1,65. Hal ini bisa terjadi kepercayaan pengguna bisa hilang jika kualitas pelayanannya dari *Customer Service* berubah menjadi tidak baik dan pengguna bisa menjadi tidak loyal lagi menggunakan gopay lalu berpindah ke produk lain.
5. *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*. Hal ini disebabkan oleh nilai *t-value* sebesar 2,091, nilai ini memenuhi syarat yaitu nilai *t-value* lebih besar dari *t-table* 1,65. Hal ini bisa terjadi jika pengguna sudah merasa puas dari kualitas layanan *Customer Service* yang baik, responsif, dan cepat mengatasi kendala yang dialami oleh pengguna, maka dari itulah pengguna akan bisa loyal selalu memakai Gopay.

5.2 Saran

5.2.1 Saran untuk Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mengajukan beberapa saran untuk aplikasi Gojek, yaitu:

Pengaruh *Service Quality* dari *Customer Service*, *Customer Trust* terhadap *Customer Loyalty* pada Pengguna Gopay dengan *Customer Satisfaction* sebagai Mediasi, Ivana Amellia, Universitas Multimedia Nusantara

1. Perusahaan Go-jek perlu melakukan peningkatan kinerja atau performa layanan sehingga kebutuhan dari pengguna/*customer* dapat lebih terpenuhi dan membuat konsumen puas terhadap layanan transportasi *online*.
2. Untuk *Customer Service* dari Go-jek sendiri perlu memperbaiki dan meningkatkan kualitas pada salah satu fiturnya yaitu Go-pay agar lebih mendapat perhatian lagi untuk masalah seperti saldo Go-pay error, tidak bisa *top-up*, masalah penipuan, dan kendala lainnya yang dialami oleh pengguna.
3. Berkaitan dengan sistem pembayaran, salah satu fitur yang dipakai oleh Go-jek adalah Go-pay. Untuk itu, Go-pay system keamanan Go-pay perlu ditingkatkan lagi agar kejadian seperti akun mudah di *hacking* oleh pihak yang tidak bertanggung jawab, dan adanya penipuan bisa lebih dihindari.

5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Peneliti mengajukan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya yaitu:

1. Mengembangkan variabel – variabel lain seperti *perceived risk*, *security*, *customer perception*, *perceived usefulness*, dan sebagainya agar model menjadi lebih lengkap dan informatif.
2. Menggunakan metode lain seperti metode kualitatif dengan melakukan wawancara kepada responden secara langsung serta observasi lapangan untuk memperkuat hasil penelitian menjadi lebih efisien dan akurat.
3. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk menerapkan model seperti judul dengan objek yang berbeda seperti perusahaan *E-wallet* lainnya