

BAB VI

PENUTUP

6.1 KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Loyalty* melalui *E-Satisfaction* pada aplikasi transportasi online Go-Jek pada kategori Go-Car, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini peneliti menemukan bahwa besarnya hubungan antara *E-Service Quality*(X₁) dengan *E-Recovery Service Quality* (X₂) adalah 0,609, yang artinya 2 variabel ini memiliki korelasi yang cukup kuat.
2. Dalam penelitian ini peneliti menemukan nilai signifikansi untuk pengaruh *E-Service Quality* (X₁) dan *E-Recovery Service Quality*(X₂) terhadap *E-Satisfaction*(Y) adalah sebesar $0.000 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara *E-Service Quality*(X₁) dan *E-Recovery Service Quality*(X₂) terhadap *E-Satisfaction* (Y)
3. Besarnya pengaruh antara *E-Service Quality*(X₁) dan *E-Recovery Service Quality*(X₂) terhadap *E-Satisfaction* (Y) adalah 61,6%. Sedangkan 38,4% dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
4. Dalam penelitian ini peneliti menemukan nilai signifikansi untuk pengaruh *E-Satisfaction*(Y) terhadap *E-Loyalty*(Z) adalah sebesar $0.000 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara *E-Satisfaction*(X₁) dan *E-Loyalty*(Z)

5. Besarnya pengaruh *E-Satisfaction*(Y) terhadap *E-Loyalty*(Z) adalah 52,2%. Sedangkan 47,8% dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
6. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa pengaruh langsung *E-Service Quality*(X₁) terhadap *E-Satisfaction*(Y) adalah 32,3% dan pengaruh tidak langsungnya melalui *E-Recovery Service Quality*(X₂) adalah 10,3%.
7. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa pengaruh langsung *E-Recovery Service Quality*(X₂) terhadap *E-Satisfaction*(Y) adalah 8,8% dan pengaruh tidak langsungnya melalui *E-Service Quality*(X₁) adalah 10,3%.
8. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *E-Service Quality*(X₁) lebih dominan dari pengaruh *E-Recovery Service Quality*(X₂).

6.2 SARAN

1. Melalui hasil penelitian, *E-Service Quality* memiliki pengaruh cukup besar kepada *E-Satisfaction*. Sehingga perusahaan Go-jek diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan yang diberikan. Berdasarkan hasil Mean paling rendah dari variabel *E-Service Quality* yaitu *Privacy*. Perusahaan disarankan lebih menyempurnakan layanan keamanan data pengguna dan dapat dipercaya konsumen dalam memberikan informasi Driver.
2. Berdasarkan hasil Mean paling rendah dari variabel *E-Recovery Service Quality* adalah *compensation*. Perusahaan perlu menyediakan pelayanan kepada pengguna apabila terjadi kesalahan atau kegagalan system.

3. Melalui hasil penelitian, *E-Satisfaction* memiliki pengaruh cukup besar kepada *E-Loyalty*. Sehingga perusahaan Go-jek diharapkan dapat terus memberikan layanan yang lebih baik sesuai dengan harapan konsumen agar tercipta kepuasan dari pengguna aplikasi. Berdasarkan hasil Mean paling rendah dari variabel *E-Satisfaction* yaitu *Site Design*. Perusahaan diharapkan dapat mengembangkan design aplikasi Go-jek kedepannya.
4. Kepada peneliti berikutnya yang ingin mengambil objek ini, penulis sarankan untuk menambahkan variabel lain yang mungkin mempengaruhi *E-service Quality*, dan memilih responden yang lebih spesifik terhadap penelitian ini.