

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian berjudul “*Analisis Kualitas Layanan Aplikasi Pinterest Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Menggunakan Metode E-SERVQUAL di Kota Jambi*”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Seluruh variabel dalam model E-SERVQUAL, yaitu Efficiency, Fulfilment, System Availability, Privacy, Responsiveness, Compensation, dan Contact telah digunakan untuk mengukur kualitas layanan dan kepuasan pengguna aplikasi Pinterest di Kota Jambi.
2. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa lima variabel Efficiency, Fulfilment, Privacy, Responsiveness, dan Contact memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Sedangkan dua variabel lainnya, yakni System Availability dan Compensation, tidak berpengaruh signifikan.
3. Variabel Fulfilment dan Privacy menjadi dua faktor dominan dalam meningkatkan kepuasan pengguna, mengindikasikan bahwa ketepatan hasil pencarian serta keamanan data pengguna adalah aspek penting bagi pengguna aplikasi Pinterest.

4. Nilai uji validitas dan reliabilitas pada seluruh indikator menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini valid dan reliabel, ditunjukkan oleh nilai cronbach alpha dan AVE yang memenuhi kriteria.
5. Penggunaan metode E-SERVQUAL dalam penelitian ini terbukti efektif untuk mengidentifikasi area kekuatan dan kelemahan layanan aplikasi Pinterest dari sudut pandang pengguna.

6.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah:

1. Pihak Pinterest disarankan untuk meningkatkan fitur System Availability dan Compensation, meskipun tidak signifikan secara statistik, namun tetap penting untuk menjamin kenyamanan dan keandalan sistem secara menyeluruh.
2. Aspek Fulfilment dan Privacy yang terbukti sangat berpengaruh perlu terus dipertahankan dan ditingkatkan, seperti memastikan hasil pencarian yang relevan dan meningkatkan sistem perlindungan data pengguna.
3. Perusahaan sebaiknya melakukan evaluasi rutin terhadap pengalaman pengguna, terutama dari segi responsivitas layanan dan kemudahan kontak, guna menjaga loyalitas pengguna.
4. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel tambahan seperti kepercayaan (trust) dan loyalitas pengguna, agar memperoleh

gambaran yang lebih menyeluruh terhadap hubungan jangka panjang antara pengguna dan aplikasi.

