

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis kualitas layanan dan kepuasan pengguna PayPal sebagai layanan pembayaran digital dengan pendekatan SERVQUAL dan EUCS, serta pengolahan data menggunakan SEM-PLS (SmartPLS), maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yang disusun sesuai dengan tujuan dan rumusan masalah penelitian. Kesimpulan ini merangkum temuan utama terkait profil responden, hasil pengujian validitas dan reliabilitas instrumen, kekuatan model (R-Square), serta pengaruh masing-masing variabel terhadap Kualitas Layanan dan Kepuasan Pengguna.

1. Profil responden penelitian menunjukkan total 100 responden, dengan komposisi laki-laki 50 orang (50%) dan perempuan 50 orang (50%). Mayoritas responden berada pada rentang usia 21–25 tahun (85%), diikuti usia 17–20 tahun (14%), serta 26–30 tahun (1%).
2. Uji validitas konvergen (*outer loading*) pada model pengukuran menyatakan bahwa indikator-indikator yang digunakan telah memenuhi kriteria, karena nilai *outer loading* $> 0,7$ sehingga tidak ada indikator yang perlu dieliminasi dan instrumen dinyatakan valid secara konvergen.
3. Validitas diskriminan melalui AVE menunjukkan seluruh variabel memiliki nilai AVE $> 0,7$, sehingga konstruk dinilai valid dalam merepresentasikan indikator-indikatornya.

4. Uji reliabilitas menunjukkan seluruh variabel memenuhi kriteria reliabel karena *Cronbach's Alpha* $\geq 0,7$ dan *Composite Reliability* $> 0,60$ (misalnya *Composite Reliability* tertinggi pada variabel *Assurance* = 0,892).
5. Evaluasi *inner model* (*R-Square*) menunjukkan kemampuan penjelasan model yang kuat, yaitu R^2 Kualitas Layanan = 0,754 dan R^2 Kepuasan Pengguna = 0,649 (dengan *R-square adjusted* masing-masing 0,726 dan 0,610).
6. Kriteria penerimaan hipotesis pada uji *bootstrapping* dinyatakan signifikan apabila *t-statistic* $> 1,96$ dan *p-value* $< 0,10$, sehingga hipotesis yang memenuhi kriteria tersebut dinyatakan diterima.
7. Variabel yang terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Layanan (Y1) adalah:
 - a. *Accuracy* $\rightarrow$ Kualitas Layanan ($O = 0,148$; $t = 2,110$; $p = 0,035$)
 - b. *Content* $\rightarrow$ Kualitas Layanan ($O = 0,226$; $t = 2,260$; $p = 0,024$)
 - c. *Ease of Use* $\rightarrow$ Kualitas Layanan ($O = 0,167$; $t = 2,017$; $p = 0,044$)
 - d. *Reliability* $\rightarrow$ Kualitas Layanan ($O = 0,154$; $t = 2,182$; $p = 0,029$)
 - e. *Tangibles* $\rightarrow$ Kualitas Layanan ($O = 0,108$; $t = 2,129$; $p = 0,033$)

Artinya, peningkatan akurasi informasi, kelengkapan konten, kemudahan penggunaan, keandalan, dan bukti fisik/tampilan layanan cenderung meningkatkan persepsi kualitas layanan

8. Variabel yang terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Y2) adalah:
 - a. *Content* $\rightarrow$ Kepuasan Pengguna ($O = 0,284$; $t = 2,608$; $p = 0,009$)

- b. *Assurance* → Kepuasan Pengguna ($O = 0,270$; $t = 2,243$; $p = 0,025$)
- c. *Format* → Kepuasan Pengguna ($O = 0,250$; $t = 2,171$; $p = 0,030$)
- d. *Responsiveness* → Kepuasan Pengguna ($O = 0,261$; $t = 2,176$; $p = 0,030$)

Artinya, kepuasan pengguna lebih banyak dipengaruhi oleh kualitas konten informasi, jaminan/kepercayaan, kerapihan format tampilan, serta daya tanggap layanan.

6.2 SARAN

Berdasarkan hasil temuan penelitian, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Variabel yang terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Y2) adalah:
 - a. *Content* → Kepuasan Pengguna ($O = 0,284$; $t = 2,608$; $p = 0,009$)
 - b. *Assurance* → Kepuasan Pengguna ($O = 0,270$; $t = 2,243$; $p = 0,025$)
 - c. *Format* → Kepuasan Pengguna ($O = 0,250$; $t = 2,171$; $p = 0,030$)
 - d. *Responsiveness* → Kepuasan Pengguna ($O = 0,261$; $t = 2,176$; $p = 0,030$)

Artinya, kepuasan pengguna lebih banyak dipengaruhi oleh kualitas konten informasi, jaminan/kepercayaan, kerapihan format tampilan, serta daya tanggap layanan.

2. Variabel yang terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Y2) adalah:
 - a. *Content* → Kepuasan Pengguna ($O = 0,284$; $t = 2,608$; $p = 0,009$)
 - b. *Assurance* → Kepuasan Pengguna ($O = 0,270$; $t = 2,243$; $p = 0,025$)

- c. *Format* → Kepuasan Pengguna ($O = 0,250$; $t = 2,171$; $p = 0,030$)
- d. *Responsiveness* → Kepuasan Pengguna ($O = 0,261$; $t = 2,176$; $p = 0,030$)

Artinya, kepuasan pengguna lebih banyak dipengaruhi oleh kualitas konten informasi, jaminan/kepercayaan, kerapihan format tampilan, serta daya tanggap layanan.

3. Bagi penelitian selanjutnya – perluasan dan penyempurnaan model.

Mengingat responden didominasi usia 21–25 tahun, penelitian berikutnya disarankan memperluas karakteristik responden (misalnya pekerja/freelancer/UMKM) agar hasil lebih general. Selain itu, penelitian lanjutan dapat menambahkan variabel lain seperti kepercayaan(*trust*), persepsi biaya (*fee*), *perceived usefulness*, atau *user experience* agar pemahaman faktor kepuasan makin komprehensif.

4. Saran teknis pelaporan (konsistensi hasil).

Pada dokumen, bagian *path coefficients* menyebut pengaruh *Timeliness* terhadap Kualitas Layanan paling besar, namun pada ringkasan uji hipotesis yang dituliskan, jalur *timeliness* dinyatakan tidak signifikan dan yang ditekankan untuk Kualitas Layanan adalah *accuracy*, *content*, *ease of use*, *reliability*, dan *tangibles*. Agar BAB VI lebih kuat, sebaiknya pada penyusunan akhir dilakukan pemeriksaan konsistensi antara narasi *path coefficients* dan tabel uji hipotesis/*bootstrapping* yang digunakan.

6.3 PENUTUP

Demikian penelitian ini disusun sebagai upaya untuk menganalisis kualitas layanan dan tingkat kepuasan pengguna PayPal di Indonesia dengan pendekatan

kombinasi SERVQUAL dan EUCS. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan yang berguna bagi pihak terkait dalam meningkatkan kualitas layanan, khususnya pada aspek-aspek yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan dan kepuasan pengguna.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengembangkan cakupan responden, variabel, maupun metode analisis agar memperoleh hasil yang lebih luas dan mendalam. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan menjadi referensi untuk penelitian berikutnya.