

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan metode analisis PLS untuk menguji pengaruh Ketidakpuasan pelanggan dan Promosi terhadap Perpindahan merek aplikasi *e-wallet* LinkAja (Studi pada pengguna *E-Wallet* LinkAja di Surabaya), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dapat disimpulkan bahwa ketidakpuasan konsumen memberikan kontribusi terhadap Perpindahan merek aplikasi *E-Wallet* LinkAja di kota surabaya. semakin tinggi tingkat Ketidakpuasan konsumen terhadap aplikasi *E-Wallet* LinkAja maka semakin besar juga peluang konsumen untuk melakukan Perpindahan merek.
2. Dapat disimpulkan bahwa promosi belum mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perpindahan merek aplikasi *e-Wallet* LinkAja di kota surabaya. Berarti tinggi rendahnya promosi yang di lakukan oleh aplikasi *e-Wallet* LinkAja tidak mempengaruhi perpindahan merek yang di lakukan oleh konsumen.
3. Dapat disimpulkan bahwa kebutuhan mencari variasi memberikan kontribusi terhadap Perpindahan merek aplikasi *e-Wallet* LinkAja. semakin tinggi tingkat kebutuhan mencari variasi yang di lakukan oleh konsumen maka terjadinya perpindahan merek juga tinggi.

4. Dapat di simpulkan ketidakpuasan konsumen melalui kebutuhan mencari variasi memberikan kontribusi terhadap perpindahan merek aplikasi *e-Wallet* LinkAja di kota surabaya. Semakin tinggi ketidakpuasan konsumen dalam mencari variasi maka semakin tinggi perpindahan merek yang di lakukan oleh konsumen.
5. Dapat di simpulkan promosi melalui kebutuhan mencari variasi tidak memberikan kontribusi terhadap perpindahan merek aplikasi *e-Wallet* LinkAja. berarti tinggi rendahnya promosi dalam mencari variasi maka tidak mempengaruhi perpindahan merek yang di lakukan oleh konsumen.

## 5.2 Saran

Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan anantara lain sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa indikator keluhan konsumen pada variabel ketidakpuasan memiliki nilai *factor loading* tertinggi, yang artinya indikator tersebut memiliki kontribusi terbesar terhadap ketidakpuasan. Sehingga diharapkan LinkAja dapat memperbaiki keluhan konsumen dengan cara melakukan perbaikan maupun inovasi produk yang dapat mengatasi keluhan pengguna tersebut.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap perpindahan merek, maka aplikasi *e-Wallet*

LinkAja di harapkan dapat menciptakan atau membuat produk yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen atau pengguna. Animo masyarakat untuk menggunakan dompet digital akan tetap tinggi walaupun perusahaan tidak lagi menggunakan strategi promosi bakar uang, maka penting bagi perusahaan untuk proaktif mengedepankan fungsi, inovasi dan kualitas produknya.

3. LinkAja diharapkan mampu menghadirkan produk *e-wallet* yang dapat memenuhi keinginan penggunanya, hal tersebut dapat dilakukan dengan terus melakukan inovasi dan *update* fitur layanan. Hal ini didasarkan pada indikator rasa bosan pada variabel kebutuhan mencari variasi yang memiliki nilai *factor loading* terbesar.
4. Penelitian ini dirasa peneliti masih memiliki berbagai keterbatasan, diantaranya terkait jumlah responden yang dirasa sedikit jika dibandingkan dengan jumlah populasi pengguna *e-wallet* yang ada. Sehingga diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan jumlah responden yang lebih dapat menjelaskan secara utuh terkait fenomena penelitian. Selain itu, peneliti juga merasa kurangnya literasi internasional dalam penelitian ini, sehingga diharapkan penelitian selanjutnya dapat dilengkapi dengan literasi internasional yang cukup.
5. Pada penelitian berikutnya, peneliti dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi perpindahan merek, diantaranya

harga, kualitas produk, citra merek, loyalitas konsumen atau pengalaman pelanggan.