BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui tahap pengumpulan data, pengolahan data, sampai dengan analisis data mengenai pengaruh *e-service quality* dan *enjoyment* terhadap *repeat usage* melalui *trust*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *E-service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *repeat usage* pada pengguna milenial *e-wallet* Gopay di Surabaya. Hal tersebut menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi berbasis online tidak selalu sesuai dengan ekpektasi yang diharapkan pengguna, dan tidak dapat membantu masalah yang dialaminya. Sehingga memberikan tingkat penurunan kualitas layanan yang dirasakan pengguna dan berimbas pada ketidaktertarikan pengguna untuk menggunakan ulang layanan Gopay.

2. *E-service quality* berpengaruh signifikan terhadap *trust* pada pengguna milenial *e-wallet* Gopay di Surabaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna telah menikmati kehandalan serta kelengkapan informasi yang diberikan perusahaan yang dapat membantu pengguna dalam menggunakan aplikasi Gopay sehingga akan memicu kepercayaan pengguna terhadap layanan perusahaan yang dapat menunjang aktivitas pembayaran secara aktif dan berkelanjutan.

3. *Enjoyment* tidak berpengaruh signifikan terhadap *repeat usage* pada pengguna milenial *e-wallet* Gopay di Surabaya. Hasil ini memiliki arti bahwa penggunaan suatu layanan berbasis online tidak selalu sesuai dengan harapan yang diinginkan pengguna, terlebih Gopay belum terlalu sering dalam memberikan promo di berbagai layanannya, sehingga hal inilah yang memberikan tingkat penurunan kenyamanan yang dirasakan pengguna, dan akhirnya mendorong pengguna untuk beralih layanan dan tidak menggunakan secara berulang layanan Gopay.

4. *Enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *trust* pada pengguna milenial *e-wallet* Gopay di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat efisiensi dan fleksibilitas yang menunjang kenyamanan yang dirasakan pengguna milenial di Surabaya akan membentuk keyakinan pengguna terhadap layanan yang dianggap mampu untuk memberikan manfaat dan kesenangan pengguna milenial.

5. *Trust* berpengaruh signifikan terhadap *repeat usage* pada pengguna milenial *e-wallet* Gopay di Surabaya. Hasil penelitian ini memiliki arti bahwa pengguna telah mempercayai jaminan yang diberikan Gopay sebagai perwujudan janji yang telah dinyatakannya, sehingga pengguna akan memiliki rasa setia terhadap layanan Gopay dan berbekal dari keyakinannya maka pengguna akan selalu memprioritaskan Gopay untuk menunjang transaksi pembayaran.

6. *Trust* berpengaruh signifikan dalam memediasi hubungan antara *e-service quality* terhadap *repeat usage* pada pengguna milenial *e-wallet* Gopay di

Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan (*trust*) menjadi faktor yang paling berguna sebagai penilaian pengguna terhadap kelayakan layanan Gopay. Ditunjang dengan kualitas layanan yang diberikan perusahaan akan meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap layanan Gopay, dimana kepercayaan itu muncul ketika pengguna merasa Gopay mampu mewujudkan harapannya, sehingga pengguna akan terdorong untuk menggunakan ulang layanan Gopay.

7. *Trust* berpengaruh signifikan dalam memediasi hubungan antara *enjoyment* terhadap *repeat usage* pada pengguna milenial *e-wallet* Gopay di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan sangat berguna untuk melakukan penilaian terhadap layanan berbasis online. Jika suatu layanan memberikan kenyamanan bagi pengguna, maka akan berdampak pada peningkatan kepercayaan, dikarenakan layanan tersebut dianggap mampu mempertahankan dan meminimalisir resiko yang terjadi, sehingga akan meningkatkan kecenderungan pengguna untuk menggunakan kembali layanan tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan temuan dalam penelitian ini, penulis menyatakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Saran Untuk Penelitian yang Akan Datang

Dalam rangka penyempurnaan penelitian dengan bidang yang dikaji dalam studi ini, peneliti yang akan datang diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan membandingkan kualitas layanan *electronic wallet* sejenis, seperti OVO,

DANA, Shopeepay, dan berbagai produk sejenis lainnya, serta mempertimbangkan dan menambah variabel lain dalam memicu penggunaan ulang suatu sistem aplikasi, seperti resiko, kepuasan pengguna, daya tarik promosi dan variabel lain yang dapat meningkatkan pengguna untuk menggunakan ulang layanan pembayaran, dan menambah jumlah responden dengan meningkatkan cakupan wilayah penelitian dalam melakukan penelitian yang dapat mempengaruhi penggunaan ulang.

2. Saran Untuk Perusahaan

Dalam rangka meningkatkan penggunaan ulang sistem aplikasi yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan profitabilitas, maka penulis mengajukan beberapa saran yaitu perusahaan sebaiknya menambah fitur *live chat* pada fitur bantuan yang ada pada aplikasi, meskipun dalam fitur bantuan telah terdapat solusi dari berbagai masalah yang telah umum dialami pengguna, tetapi sebaiknya perusahaan juga menyediakan fitur *live chat* di dalamnya, mengingat jika pengguna tidak mengalami masalah yang serupa sehingga pengguna tidak mendapatkan solusi dari fitur bantuan terebut. Hal itu diperlukan agar pengguna yang mengalami permasalahan pada sistem aplikasi dapat melaporkan dan cepat mendapatkan respon tanpa menghubungi layanan *customer service*.

Perusahaan diharapkan dapat memberikan promo secara berkala dalam berbagai layanan Gopay, agar pengguna tetap merasakan kenyamanan dan kesenangan dalam menggunakan Gopay. Penulis juga menyarankan bahwa perusahaan sebaiknya memberikan sistem poin berdasarkan transaksi yang telah dilakukan, setelah poin terkumpul dapat ditukarkan untuk mendapatkan ekstra

promo. Hal ini dapat dilakukan untuk menjaga minat pengguna agar tetap menggunakan layanan Gopay secara berulang.

Perusahaan dapat mempertahankan kepercayaan yang dimiliki pengguna dengan berusaha untuk tetap menjaga privasi data dan transaksi serta meningkatkan sistem keamanan dan melakukan upaya sosialisasi kepada pengguna Gopay agar kasus-kasus peretasan akun tidak dapat terulang kembali. Sosialisasi diperlukan untuk memberitahu betapa pentingnya sistem *One Time Password* (OTP) agar tidak disebarkan kepada orang lain dan memberikan wawasan pengguna mengenai berbagai macam kasus penipuan yang sebagian besar menggunakan teknik *social engineering* atau rekayasa sosial. Diharapkan setelah adanya sosialisasi dari perusahaan, pengguna dapat mengenal serta mengidentifikasi tahapan yang dilakukan penipu, sehingga pengguna tidak terjerumus dalam perangkap yang dibuat oleh penipu.