

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis PLS untuk menguji pengaruh beberapa variabel terhadap minat beli ulang penggunaan GOPAY serta beberapa pembahasan hasil yang dikemukakan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Semakin tinggi promosi yang dilakukan, maka semakin tinggi pula tingkat minat beli ulang yang dilakukan konsumen. Hal ini menjelaskan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen GOPAY.
2. Semakin baik *e-service quality* yang diberikan, maka semakin tinggi pula pengaruhnya untuk meningkatkan minat beli ulang konsumen. Hal ini menjelaskan bahwa *e-service quality* berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen GOPAY.

5.2 Saran

Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat disimpulkan dan dapat dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan:

1. Salah satu pengaruh besar terhadap minat beli ulang adalah promosi. Jadi, guna untuk meningkatkan minat beli ulang konsumen, maka perusahaan harus terus meningkatkan promosi agar konsumen tetap tertarik untuk melakukan

penggunaannya. Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel Promosi menunjukkan bahwa indikator dari variabel promosi yang paling berpengaruh terhadap minat beli ulang adalah *sales promotion*, dengan demikian diharapkan perusahaan dapat mempertahankan dan lebih meningkatkan faktor tersebut karena berdasarkan hasil penelitian tersebut *sales promotion* lah yang dapat menarik minat konsumen lebih banyak lagi. Dan untuk pihak perusahaan hendaknya juga terus berinovasi dalam hal mempromosikan produk maupun jasa yang ditawarkan agar konsumen GOPAY tidak berpindah ke *e-wallet* lain hanya karena promosi *e-wallet* lainnya lebih menarik.

2. *E-Service Quality* menjadi salah satu faktor penting dalam mempengaruhi minat beli ulang konsumen, oleh karena itu sangat penting bagi perusahaan terlebih perusahaan yang berjalan dalam bidang teknologi dalam memperhatikan *e-service quality*. Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel *e-service quality* menunjukkan bahwa indikator dari variabel *e-service quality* yang paling berpengaruh terhadap minat beli ulang adalah kepercayaan. Dengan demikian diharapkan bagi perusahaan untuk dapat mempertahankan dan lebih meningkatkan faktor tersebut, karena berdasarkan hasil penelitian tersebut kepercayaan lah yang dapat membuat konsumen menggunakan kembali layanan GOPAY. Pihak perusahaan hendaknya juga terus melakukan pembaruan terhadap sistem – sistem yang ada pada aplikasinya sehingga konsumen mudah untuk memahami dan menggunakan aplikasi yang ditawarkan. Terlebih untuk penanganan masalah – masalah yang dikeluhkan konsumen, perusahaan harus

segera merespon dan memberikan solusi. Dengan begitu konsumen akan berfikir ulang jika akan berpindah ke *e-wallet* lain jika GOPAY dapat memenuhi segala kebutuhan yang diperlukan konsumen.