

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang telah dilakukan terkait Pengaruh *E-Trust* dan *E-Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening adalah sebagai berikut:

1. *E-trust* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi *access by* KAI di Kota Surabaya.
2. *E-service quality* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi *access by* KAI di Kota Surabaya.
3. *E-trust* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi *access by* KAI di Kota Surabaya.
4. *E-service quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi *access by* KAI di Kota Surabaya.
5. Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi *access by* KAI di Kota Surabaya.
6. *E-trust* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi *access by* KAI di Kota Surabaya melalui kepuasan pelanggan.
7. *E-service quality* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi *access by* KAI di Kota Surabaya melalui kepuasan pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan pada penelitian ini, berikut saran yang dapat diberikan peneliti:

1. Diharapkan masyarakat menaruh kepercayaan penuh saat menggunakan aplikasi *access by KAI* dengan memperhatikan *step by step* proses pemesanan tiket kereta api untuk meminimalisir kesalahan data dan pemilihan jadwal keberangkatan.
2. Sekalipun *e-trust* tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi *access by KAI* di Kota Surabaya, namun PT KAI perlu melakukan evaluasi secara berkala terkait faktor-faktor *e-trust* yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan kedepannya.
3. Diharapkan PT KAI dapat menjaga kemudahan informasi dan penggunaan aplikasi *access by KAI*, menjaga informasi proses pemesanan tiket kereta tetap akurat, serta memelihara aplikasi dengan melakukan pembaruan system agar tidak eror saat digunakan. Hal ini perlu dilakukan untuk mempertahankan *e-service quality* tetap optimal sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
4. Diharapkan dapat menjaga reputasi baik PT KAI serta meningkatkan keamanan data penumpang sehingga pelanggan semakin yakin untuk menggunakan aplikasi *access by KAI*. Apabila *e-trust* pelanggan meningkat maka kepuasan pelanggan juga meningkat.
5. Diharapkan PT KAI dapat meningkatkan *e-service quality* secara konsisten dengan memastikan layanan pemesanan tiket kereta melalui

aplikasi *access by KAI* dapat berjalan efektif dan efisien serta memastikan apabila pelanggan mengalami kendala dapat terselesaikan dengan baik. Meningkatnya *e-service quality* pada pengguna aplikasi *access by KAI* dapat mencapai kepuasan pelanggan secara optimal.

6. Peneliti selanjutnya diharapkan lebih variatif dalam mengembangkan penelitian ini dan hal-hal terkait *e-trust*, *e-service quality*, loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan dengan indikator lainnya, sehingga menjadi penelitian yang lebih baik dan mendalam.