

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Melalui keseluruhan pemaparan terkait hasil analisis beserta pembahasan penelitian untuk konteks pengguna aplikasi MyTelkomsel di Surabaya, berikut sejumlah kesimpulan yang dapat penulis tarik, diantaranya:

1. *Gamification* berkontribusi positif bagi *Customer Satisfaction* untuk konteks pengguna aplikasi MyTelkomsel di Surabaya dengan signifikan. Diartikannya kian optimal penerapan *gamification*, kian besar juga tingkat kepuasan pelanggannya.
2. *E-Service Quality* berkontribusi positif bagi *Customer Satisfaction* untuk konteks pengguna aplikasi MyTelkomsel di Surabaya dengan signifikan. Diartikannya kian baiknya kualitas layanan elektronik yang disediakan, kian besar juga tingkat kepuasan pelanggannya.
3. *Gamification* berkontribusi positif bagi *Repurchase Intention* untuk konteks pengguna aplikasi MyTelkomsel di Surabaya dengan signifikan. Diartikannya kian menarik dan interaktif fitur *gamification*, kian besar juga keinginan pelanggan sehubungan membeli ulang produknya.
4. *E-Service Quality* berkontribusi positif bagi *Repurchase Intention* untuk konteks pengguna aplikasi MyTelkomsel di Surabaya dengan signifikan. Diartikannya kian baik kualitas layanan elektronik, kian besar juga niat pelanggan untuk kembali melakukan transaksi.

5. *Customer Satisfaction* berkontribusi positif bagi *Repurchase Intention* untuk konteks pengguna aplikasi MyTelkomsel di Surabaya dengan signifikan. Diartikannya kian besar kepuasan pelanggan, menguat juga keputusannya dalam membeli ulang.
6. *Customer Satisfaction* mampu menjadi mediasi bagi pengaruh *Gamification* pada *Repurchase Intention* untuk konteks pengguna aplikasi MyTelkomsel di Surabaya. Diartikannya, kenaikan *gamification* turut memperbesar kepuasan pelanggannya sehingga berujung terdorong untuk membeli ulang.
7. *Customer Satisfaction* mampu menjadi mediasi bagi *E-Service Quality* pada *Repurchase Intention* untuk konteks pengguna aplikasi MyTelkomsel di Surabaya. Diartikannya, kian baiknya kualitas layanan elektronik turut memperbesar kepuasan pelanggan sehingga menguatkan niat pelanggan untuk membeli ulang.

5.2 Saran

Dari perolehan hasil yang ada, adanya sejumlah temuan yang perlu dipertimbangkan sehubungan mengambil keputusan maupun mengembangkan strategi ke depan. Terkait perihal ini, berikut beberapa rekomendasi yang dapat diperhatikan berdasarkan hasil analisis penelitian ini:

1. Diharapkan Telkomsel dapat meninjau dan meningkatkan aspek *experience centered* dengan memastikan fitur *gamification* mampu memberikan pengalaman penggunaan yang lebih interaktif, menarik, dan menyenangkan. Pengembangan elemen permainan seperti reward,

tantangan, dan misi perlu dirancang lebih personal dan mudah dipahami agar pengguna merasa lebih terlibat selama menggunakan aplikasi. Pengalaman penggunaan yang positif diharapkan mampu meningkatkan kepuasan serta mendorong pengguna untuk terus menggunakan aplikasi MyTelkomsel.

2. Diharapkan Telkomsel dapat meninjau dan meningkatkan aspek *fulfillment/pemenuhan* dengan memastikan seluruh layanan dan fitur dalam aplikasi mampu memenuhi kebutuhan serta harapan pengguna secara optimal. Stabilitas sistem, kemudahan transaksi, ketepatan layanan, dan kecepatan akses perlu terus ditingkatkan agar pengguna memperoleh pengalaman layanan yang lebih baik. Pemenuhan kebutuhan pengguna secara konsisten diharapkan mampu memperkuat persepsi kualitas layanan digital dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Diharapkan Telkomsel dapat meninjau dan meningkatkan aspek *satisfaction as ambivalence* dengan memastikan pengguna memperoleh pengalaman yang memberikan kesan positif secara menyeluruh terhadap aplikasi. Evaluasi berkala terhadap fitur, promo, maupun kualitas layanan perlu dilakukan berdasarkan umpan balik pengguna agar pengalaman penggunaan tetap sesuai dengan ekspektasi. Peningkatan pengalaman secara konsisten diharapkan mampu memperkuat kepuasan pengguna terhadap aplikasi MyTelkomsel.
4. Diharapkan Telkomsel dapat meninjau dan meningkatkan aspek *minat referensi* dengan mendorong pengguna untuk merekomendasikan aplikasi

MyTelkomsel kepada orang lain melalui pengalaman penggunaan yang positif. Strategi seperti program referral, reward pengguna, serta peningkatan kualitas layanan perlu terus dioptimalkan agar pengguna merasa yakin menjadikan aplikasi sebagai pilihan utama dalam melakukan transaksi digital.

5. Penelitian berikutnya diharapkan meluaskan cakupan wilayah penelitiannya juga jumlah dari respondennya sehingga hasilnya tampak general. Perlunya penambahan variabel yang lain misalnya *trust*, *perceived value*, maupun *brand image* dapat memberikan pemahaman bersifat cenderung komprehensif terkait sejumlah faktor pengaruh untuk *repurchase intention* pada konteks layanan digital.