

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang meliputi hasil analisis dan pengujian hipotesis mengenai Pengaruh *E-Servqual* terhadap *E-Loyalty* dengan *E-satisfaction* sebagai variabel interverning pengguna Aplikasi OVO pada pengguna yang sudah menggunakan aplikasi OVO minimal 6 bulan terakhir. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *Efficiency* secara langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap *E-Loyalty* dan secara tidak langsung juga tidak berpengaruh signifikan terhadap *E-Loyalty* melalui *E-Satisfaction* sebagai variabel interverning. Hal ini menunjukkan bahwa secara langsung *Efficiency* tidak mempengaruhi *E-Loyalty* dan secara tidak langsung *Efficiency* juga tidak mempengaruhi *E-Loyalty* meski melalui *E-Satisfaction* terlebih dahulu. Sehingga ada pengaruh dari variabel lain yang lebih berpengaruh dari pada *Efficiency*.
2. Variabel *Fulfillment* secara langsung berpengaruh signifikan terhadap *E-Loyalty* dan secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap *E-Loyalty* melalui *E-Satisfaction* sebagai variabel interverning. Hal ini menunjukkan bahwa secara langsung dan tidak langsung *Fulfillment* mempengaruhi *E-loyalty* dan *E-satisfaction* sebagai variabel interverning pengguna aplikasi OVO.

3. Variabel *System Availability* secara langsung tidak berpengaruh terhadap *E-Loyalty* dan secara tidak langsung *System availability* berpengaruh signifikan terhadap *E-Loyalty* melalui *E-Satisfaction* sebagai variable interverning. hal ini menunjukkan bahwa *system availability* secara langsung tidak mempengaruhi *E-Loyalty* dan secara tidak langsung mempengaruhi *E-Loyalty* melalui *E-Satisfaction* terlebih dahulu.
4. Variabel *Privacy* secara langsung berpengaruh terhadap *E-loyalty* dan secara tidak langsung tidak berpengaruh terhadap *E-Loyalty* melalui *E-Satisfaction* sebagai variable interverning. Hal ini menunjukkan bahwa secara langsung *Privacy* mempengaruhi *E-Loyalty* dan secara tidak langsung *Privacy* tidak mempengaruhi *E-Loyalty* meski melalui *E-Satisfaction* terlebih dahulu.

5.2 Saran

1. Perlu adanya peningkatan terhadap kualitas layanan elektronik pada aplikasi OVO dalam mengoptimisasi aplikasi itu sendiri, agar dapat menciptakan kepuasan serta loyalitas pelanggan menjadi lebih baik.
2. Perlu dilakukan adanya *upgrading system* secara berkala pada aplikasi OVO agar terhindar dari gangguan dan hambatan yang muncul pada saat konsumen melakukan transaksi pada aplikasi OVO.
3. Perlu adanya jaminan mengenai penjagaan keamanan *privacy* konsumen berupa data pribadi dan kartu kredit konsumen yang

digunakan dalam proses transaksi secara *online* menggunakan aplikasi OVO.