BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada pembahasan bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *perceived security* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada aplikasi *e-wallet* DANA dengan nilai total pengaruh langsung sebesar 0,45. Dimana pengaruh yang terbentuk yaitu positif signifikan dengan *t-value* sebesar 5,07. *Perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada aplikasi *e-wallet* DANA dengan nilai total pengaruh langsung sebesar 0,37. Dimana pengaruh yang terbentuk yaitu positif signifikan dengan *t-value* sebesar 4,23. *Customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada aplikasi *e-wallet* DANA dengan nilai total pengaruh langsung sebesar 0,46 . Dimana pengaruh yang terbentuk yaitu positif signifikan dengan *t-value* sebesar 4,96. *Perceived security* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada aplikasi *e-wallet* DANA dengan nilai total pengaruh langsung sebesar 0,19 . Dimana pengaruh yang terbentuk yaitu positif signifikan dengan *t-value* sebesar 1,97. *Perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada aplikasi *e-wallet* DANA dengan nilai total pengaruh langsung sebesar 0,19. Dimana pengaruh yang terbentuk yaitu positif signifikan dengan *t-value* sebesar 2,14. *Perceived security* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* sebagai *intervening* pada aplikasi *e-wallet* DANA dengan nilai total pengaruh langsung

sebesar 0,53. Dimana pengaruh yang terbentuk yaitu positif signifikan dengan *t-value* sebesar 4,04. *Perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* sebagai *intervening* pada aplikasi *e-wallet* DANA dengan nilai total pengaruh langsung sebesar 0,44. Dimana pengaruh yang terbentuk yaitu positif signifikan dengan *t-value* sebesar 3,78.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian ini, untuk meningkatkan *customer loyalty* dan menjaga *customer satisfaction* pada aplikasi *e-wallet* DANA, terdapat beberapa aspek yang harus diperhatikan:

1. *Perceived Security*

   Variabel *perceived security* rata-rata mendapatkan tanggapan positif dari responden. Indikator yang mendapatkan respon positif tertinggi yaitu mengenai "Aplikasi *e-wallet* DANA menjamin keamanan transaksi dan pembayaran saya" dengan tanggapan 54,5% sangat setuju, sehingga keamanan harus tetap dipertahankan.

2. *Perceived Usefulness*

   Variabel *perceived usefulness* rata-rata mendapatkan tanggapan positif dari responden. Indikator yang mendapatkan respon positif tertinggi yaitu mengenai "Aplikasi *e-wallet* DANA mempermudah saya dalam melakukan aktifitas finansial sehari-hari" dengan tanggapan 51,5% sangat setuju,

sehingga fitur-fitur yang mempermudah harus tetap dipertahankan dan ditingkatkan.

3. *Customer Satisfaction*

   Variabel *customer satisfaction* rata-rata mendapatkan tanggapan positif dari responden. Indikator yang mendapatkan respon positif tertinggi yaitu mengenai "Saya merasa senang dengan pengalaman menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA" dengan tanggapan 48% sangat setuju, sehingga harapan pelanggan haruslah sebanding bahkan melebihi pelayanan yang diberikan agar kepuasan pelanggan dapat dipertahankan.

4. *Customer Loyalty*

   Variabel *customer loyalty* rata-rata mendapatkan tanggapan positif dari responden. Indikator yang mendapatkan respon positif tertinggi yaitu mengenai "Saya menyukai aktivitas transaksi maupun pembayaran melalui aplikasi *e-wallet* DANA" dengan tanggapan 43% sangat setuju, sehingga kepuasan dan kesenangan pelanggan harus diperhatikan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

C. Keterbatasan Penelitian

1. Jurnal yang membahas variabel *perceived security, perceived usefulness, customer loyalty* dan *customer satisfaction* sebagai *intervening* pada *e-wallet* masih sangat sedikit, sehingga penelitian yang dapat dijadikan acuan sangat terbatas jumlahnya.

2. Karena penelitian dilakukan saat pandemi COVID-19 menyebabkan penyebaran kuesioner hanya dapat dilakukan secara daring. Selain itu terbatasnya waktu bimbingan karena hanya dapat dilakukan secara daring juga menjadikan hambatan dalam penyelesaian penelitian ini.
3. Data yang didapatkan tidak semuanya dapat diolah maupun digunakan karena beberapa responden tidak mengisinya dengan baik.

D. Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya

1. Penelitian selanjutnya dapat mencari variabel lain selain *perceived usefulness* yang berpengaruh terhadap *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai *intervening*, karena pada penelitian ini sumber yang dapat dijadikan acuan sangatlah terbatas.
2. Penelitian selanjutnya dapat dikembangkan maupun diperdalam dengan mengganti objek penelitian, memperbanyak sampel, mengganti karakteristik responden agar penelitian selanjutnya mendapat data lebih banyak serta memperbanyak referensi penelitian terbaru.