BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan mengenai Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Satisfaction* terhadap *E-Loyalty* Pengguna Aplikasi OVO pada Mahasiswa Program Studi Seni Kuliner Basic dan Middle Politeknik Pariwisata Medan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Loyalty* pengguna aplikasi OVO. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik menjadi salah satu faktor yang memengaruhi loyalitas pengguna dalam menggunakan aplikasi OVO. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan, seperti kemudahan dalam mengakses aplikasi, keandalan sistem, keamanan transaksi, serta kecepatan dalam memberikan layanan kepada pengguna, maka semakin besar pula kecenderungan pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi OVO. Kualitas layanan yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna akan menciptakan pengalaman penggunaan yang positif, sehingga mendorong pengguna untuk terus melakukan transaksi melalui OVO serta tidak mudah beralih ke aplikasi dompet digital lainnya. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan elektronik perlu terus menjadi perhatian agar loyalitas pengguna dapat dipertahankan dan ditingkatkan.
2. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *E-Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Loyalty* pengguna aplikasi OVO. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan yang dirasakan pengguna setelah menggunakan aplikasi memiliki peranan penting dalam membentuk loyalitas. Pengguna yang merasa puas terhadap pengalaman menggunakan OVO, baik dari segi kemudahan transaksi, kenyamanan penggunaan, keamanan, maupun manfaat yang diperoleh, cenderung akan tetap menggunakan aplikasi tersebut secara berkelanjutan. Selain itu, tingkat kepuasan yang tinggi juga mendorong pengguna untuk

memberikan rekomendasi kepada orang lain serta menjadikan OVO sebagai pilihan utama dalam melakukan transaksi digital. Dengan demikian, menjaga dan meningkatkan kepuasan pengguna menjadi salah satu strategi penting dalam membangun loyalitas pengguna aplikasi OVO.

3. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *E-Service Quality* dan *E-Satisfaction* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Loyalty* pengguna aplikasi OVO. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pengguna tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi terbentuk melalui kombinasi kualitas layanan elektronik yang baik dan tingkat kepuasan pengguna yang tinggi. Kualitas layanan yang mampu memenuhi harapan pengguna akan meningkatkan kepuasan, yang selanjutnya memperkuat keinginan pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi OVO dalam jangka panjang. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan sebagian besar variasi loyalitas pengguna, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Oleh karena itu, OVO perlu terus meningkatkan kualitas layanan elektronik sekaligus mempertahankan kepuasan pengguna agar loyalitas pengguna dapat terus meningkat di tengah persaingan industri dompet digital yang semakin kompetitif.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. *E-Service Quality*

   Hasil penelitian menunjukkan bahwa item pernyataan "Aplikasi OVO jarang mengalami gangguan saat melakukan transaksi" memperoleh nilai rata-rata paling rendah pada variabel *E-Service Quality*, yaitu sebesar 4,66 pada indikator Keandalan (*Reliability*). Oleh karena itu, pihak OVO disarankan untuk terus meningkatkan stabilitas sistem agar gangguan selama proses transaksi dapat diminimalkan. Upaya seperti peningkatan kapasitas server, pemeliharaan sistem secara berkala, serta optimalisasi performa aplikasi perlu dilakukan agar proses transaksi dapat berjalan

lebih lancar. Dengan demikian, pengguna akan memperoleh pengalaman transaksi yang lebih nyaman sehingga kualitas layanan elektronik yang diberikan OVO semakin baik.

2. *E-Satisfaction*

   Hasil penelitian menunjukkan bahwa item pernyataan "Aplikasi OVO dapat digunakan dengan lancar tanpa hambatan" memperoleh nilai rata-rata paling rendah pada variabel *E-Satisfaction,* yaitu sebesar 4,88 pada indikator *Performance*. Oleh karena itu, OVO disarankan untuk terus meningkatkan kinerja aplikasi melalui pembaruan sistem yang lebih optimal, mempercepat waktu respons aplikasi, serta memastikan seluruh fitur dapat berfungsi dengan baik pada berbagai jenis perangkat dan kondisi jaringan. Dengan meningkatnya performa aplikasi, kepuasan pengguna diharapkan semakin meningkat sehingga dapat mendorong loyalitas pengguna dalam menggunakan aplikasi OVO.

3. *E-Loyalty*

   Hasil penelitian menunjukkan bahwa item pernyataan "Pengguna tetap memiliki kepercayaan terhadap OVO meskipun terdapat isu negatif" memperoleh nilai rata-rata paling rendah pada variabel *E-Loyalty*, yaitu sebesar 4,71 pada indikator Ketahanan terhadap Pengaruh Mengenai Perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat pengguna yang dapat dipengaruhi oleh berbagai informasi atau isu negatif mengenai OVO. Oleh karena itu, OVO disarankan untuk terus menjaga reputasi perusahaan melalui peningkatan kualitas layanan, penyampaian informasi yang transparan, serta penanganan keluhan dan isu yang cepat serta tepat. Selain itu, komunikasi yang aktif melalui media resmi juga perlu ditingkatkan agar kepercayaan pengguna tetap terjaga. Dengan demikian, loyalitas pengguna terhadap aplikasi OVO dapat semakin kuat meskipun menghadapi berbagai tantangan di tengah persaingan industri dompet digital.