

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh *E-WOM*, *perceived risk* dan *online customer service* terhadap *repurchase intention*. Penelitian ini dilakukan pada generasi z pengguna aplikasi dana di Kota Padang. Data penelitian ini merupakan data yang diperoleh dan dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dengan alat bantu *google form* yang disebar secara *offline*. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 190 orang.

Berdasarkan penjelasan pada bab sebelumnya, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. *E-WOM* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* pada generasi z pengguna aplikasi dana di Kota Padang. Hal ini berarti ulasan dari orang lain/teman/keluarga berpengaruh terhadap niat beli ulang responden. Semakin banyak ulasan yang baik dari orang lain/teman/keluarga akan membuat niat beli ulang dari pengguna semakin meningkat begitu juga sebaliknya apabila semakin banyak ulasan buruk baik itu dari orang lain/teman/keluarga pengguna maka akan semakin menurun niat beli ulang pengguna aplikasi dana di Kota Padang.
2. *Perceived risk* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *repurchase intention* pada generasi z pengguna aplikasi dana di Kota

Padang. Hal ini menunjukkan bahwa generasi z pengguna *e-wallet* dana di kota Padang tidak memperlmasalahkan adanya kemungkinan risiko finansial dan risiko informasi karena mereka sudah terbiasa dengan kecanggihan teknologi yang menjadi salah bagian dari hidup mereka sehingga mereka merasa aman akan data pribadi yang mereka berikan.

3. *Online customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*. Hal ini berarti pengalaman yang didapat ketika menggunakan aplikasi dana menjadi hal yang penting untuk generasi z pengguna aplikasi dana di kota Padang. Oleh karena itu semakin baik pengalaman yang didapatkan oleh pengguna maka semakin meningkat pula niat beli ulang generasi z untuk menggunakan aplikasi dana kembali.

## 5.2. Implikasi Penelitian

Bagi dana penelitian ini dapat dijadikan salah satu bahan pertimbangan dan sumber informasi untuk evaluasi guna meningkatkan niat beli ulang menggunakan aplikasi dana. Berikut diuraikan beberapa implikasi penelitian ini.

1. Dalam ulasan aplikasi dana tidak sedikit bahwa hal tersebut adalah kesan pelanggan dalam menggunakan aplikasi dana tidak ada foto maupun video yang meyakinkan sebagai bukti. Dikarenakan responden adalah generasi z yang merupakan generasi yang terbiasa dengan teknologi menandakan mereka dapat dengan mudah diarahkan menuju forum tempat ulasan yang menyediakan foto atau video pengalaman dari pelanggan lainnya.

2. Dengan pengguna yang tidak menilai bahwa belanja *online* lebih berisiko dibandingkan dengan belanja *offline*, hal ini dapat dijadikan sebagai peluang bagi aplikasi dana yang dalam penggunaannya dilakukan secara *online* dalam bertransaksi. Dikarenakan generasi z terbiasa dengan teknologi dan mereka adalah yang tercepat dalam memahami perkembangan teknologi yang terus meningkat terutama dalam segi keamanan.
3. Interaksi dalam pelayanan aplikasi dana kepada pelanggan masih belum membuat pelanggan berinteraksi langsung dengan *customer service* dana yang membuat pelanggan merasa diabaikan dan hanya berinteraksi dengan *bot*.
4. Responden menilai aplikasi dana belum dapat digunakan secara teratur di masa yang akan datang. Karena pada masa ini adalah masa peralihan dari pembayaran dengan uang tunai menuju non tunai terlebih lagi pada aplikasi dana memerlukan koneksi internet yang stabil untuk kenyamanan dalam penggunaannya.

### 5.3. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menemukan bahwa hasil temuan pada penelitian ini memiliki keterbatasan sehingga dapat mempengaruhi hasil yang diinginkan. Oleh karena itu, berbagai keterbatasan ini dapat menjadi perhatian yang lebih untuk penelitian berikutnya. Keterbatasan dalam penelitian sebagai berikut.

1. Data yang diperoleh merupakan data kuantitatif yang diambil dari kuesioner yang diisi oleh responden sehingga ini masih terbatas.
2. Penelitian ini hanya menganalisis pengaruh langsung dari tiga variabel yaitu E-WOM, *perceived risk* dan *online customer experience*. Sementara masih banyak variabel lain yang memengaruhi *repurchase intention* dan tidak dibahas pada penelitian ini.
3. Penelitian ini dilakukan pada generasi z di Kota Padang dengan responden sebanyak 190 orang, jika dibandingkan dengan populasi generasi z di Kota Padang yang besar, jumlah ini sangatlah terbatas.
4. Obyek yang dipilih peneliti dalam penelitian ini hanyalah salah satu perusahaan *e-wallet* di Indonesia yaitu dana.

#### **5.4. Saran Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya, penulis memberikan beberapa saran sehingga dapat bermanfaat bagi akademis atau pihak lain. Saran-saran berikut dapat dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya.

##### **5.4.1. Saran untuk Penelitian Selanjutnya**

1. Agar dapat menjadi penelitian yang lebih baik lagi, diharapkan jumlah responden di perbanyak.
2. Penelitian berikutnya diharapkan ada penambahan variabel yang memengaruhi *repurchase intention* yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

3. Diharapkan cakupan wilayah studi yang dipilih dapat diperluas lagi sehingga hasil penelitian kedepannya akan lebih baik.
4. Diharapkan penelitian lebih lanjut akan mengarah pada pengujian di situs *e-wallet* lainnya seperti OVO, link aja, shopeepay, gopay dan lain sebagainya.

#### 5.4.2. Saran untuk *E-wallet* Dana

1. Dalam ulasan aplikasi dana dapat menyediakan *platform* kepada pelanggan tuntuk dapat lebih leluasa dalam memberikan ulasan mereka seperti adanya penambahan bukti foto dan video sehingga dapat menjadi pertimbangan bagi pelanggan lainnya terutama generasi z yang terbiasa dengan teknologi sehingga mudah untuk diarahkan hal ini juga dapat meningkatkan kemauan pengguna untuk lebih menyampaikan pengalamannya sehingga orang lain yang melihat tergerak menggunakan dana.
2. Mempertahankan serta meningkatkan keamanan pada aplikasi dana sehingga pelanggan tetap pada pilihan berbelanja dengan transaksi *online*. Karena pada generasi z yang terbiasa dengan teknologi sehingga mereka tidak khawatir dengan resiko pada saat belanja *online*, hal ini perlu dilakukan agar konsumen terutama generasi z tetap menggunakan aplikasi dana ketika berbelanja *online*.
3. Aplikasi dana dapat meningkatkan layanan interaksi mereka dengan pelanggan seperti *customer service* yang jauh lebih baik dalam menangani keluhan pelanggan sehingga pelanggan tidak merasa diabaikan. Salah

satunya adalah dengan penambahan pertanyaan yang paling sering ditanyakan pengguna dana dan *customer service* yang mengarahkan secara otomatis pada kata kunci dari pertanyaan konsumen sehingga adanya kemudahan dalam berinteraksi dengan *customer service*.

4. Dengan banyaknya pilihan *e-wallet* di Indonesia, aplikasi dana dapat memberikan promo dan pelayanan yang lebih baik serta kemudahan dalam setiap transaksi daripada kompetitor sehingga aplikasi dana dapat dijadikan pilihan pertama bagi pelanggan dalam bertransaksi *online*.

