

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan yang telah dilakukan maka diajukan beberapa kesimpulan penting yang merupakan dari jawaban permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini yaitu:

1. Kepuasan Pelanggan berpengaruh Positif terhadap *Intention to Continuous use*
2. *Perceived Value* memoderasi pengaruh antara Kepuasan Pengguna terhadap *Intention to Continuous use* , semakin tinggi *Perceived Value* maka semakin tinggi pengaruh Kepuasan Pengguna terhadap *Intention to Continuous use*

5.2 Implementasi Penelitian

Berdasarkan kesimpulan hasil pengujian hipotesis yang telah dijelaskan didalam kesimpulan penelitian maka dapat dibuat beberapa implikasi penting yang tentunya bermanfaat bagi:

1. Fitur pada e-wallet Dana diharapkan terus meningkatkan kualitas pelayanan kepada pengguna. Mengingat pelayanan merupakan salah satu indikator yang menjadi pertimbangan pengguna dalam memilih tempat untuk mengirim atau pun bertransaksi. Semakin tinggi komitmen pihak e-wallet Dana dalam memberikan pelayanan maka kepuasan

pengguna untuk terus *Intention to Continuous use* pada e-wallet Dana di Kota Padang akan semakin meningkat.

2. Fitur pada e-wallet Dana diharapkan dapat mempermudah *perceived value* dan meningkatkan pengamanan untuk setiap pengguna dalam melakukan transaksi dengan begitu *Intention to Continuous use* pada e-wallet Dana di Kota Padang akan meningkat.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian yang telah berhasil diselesaikan saat masih memiliki sejumlah kekurangan dan kelemahan yang terjadi akibat adanya keterbatasan yang peneliti miliki. Secara umum keterbatasan yang peneliti rasakan adalah adalah:

1. Jumlah sampel yang digunakan masih sedikit sehingga secara empiris belum menggambarkan populasi yang sesungguhnya.
2. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini sangat minim sehingga tingkat keakuratan dari hasil penelitian belum bisa mewakili data sebenarnya.
3. Penelitian ini hanya menganalisis pengaruh kepuasan pengguna, *perceived value* terhadap *Intention to Continuous use* pada e-wallet Dana di Kota Padang. Masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi

kepuasan pelanggan yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

5.4 Saran

1. Penelitian yang akan datang disarankan agar meningkatkan jumlah sampel pengguna e-wallet Dana di Kota Padang sebagai responden penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih baik.
2. Penelitian yang akan datang dapat mereplikasi model penelitian ini dan selanjutnya diujikan pada pengguna jasa pengiriman lain.
3. Penelitian berikutnya juga dapat mengembangkan model penelitian ini dengan mempertimbangkan atau menambahkan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agra Priambada, M., & Priyono, A. (2022). Analisis Pengaruh terhadap Kepuasan Elektronik dan Niat Berkelanjutan Menggunakan Kembali Mobile Food Ordering Apps (MFOA) di Yogyakarta. In *Business, Accounting, and Management* (Vol. 01, Issue 01).
- Ariffin, S.K. and Lim, K.T. (2020), May), "Investigating factors affecting intention to use mobile payment among young professionals in Malaysia", Paper presented at the First ASEAN Business, Environment, and Technology Symposium (ABEATS 2019), 1st-4th December 2019, Atlantis Press.
- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(3), 399-409.
- Azwar, Saifuddin. (2012). Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Basiya, R., & Rozak, H. A. (2012). Kualitas daya tarik wisata, kepuasan dan niat kunjungan kembali wisatawan mancanegara di Jawa tengah. *Dinamika Kepariwisata: Jurnal Pengembangan Ilmu-Ilmu Kepariwisata Dan Perhotelan*, 11(2), 1–12.
- Chang, Y.P., Lan, L.Y. and Zhu, D.H. (2017), "Understanding the intention to continue use a mobile payment", *International Journal of Business and Information*, Vol. 12 No. 4, pp. 363-390.
- Damanik, M. A. A., Fauzi, A., & Situmorang, S. H. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment dan Kepercayaan Terhadap Continuance Intention Melalui Kepuasan Pada Generasi Millennial Pengguna E-Wallet di Kota Medan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 827–834.
- Diharsya, F., & Roostika, R. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Pengalaman terhadap Persepsi Nilai dan Loyalitas Sua Coffee di Yogyakarta. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 1(3), 226-238.
- Dwiki Rachamawati, D., Maria Magdalena, M., & Patricia Dhiana, P. (2015). Pengaruh Word of Mouth, Tingkat Pendapatan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian yang Berdampak Pada Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus pada Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Journal of Management*, 1(1).
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hardjanti, A., & Amalia, D. (2014). Customer Trust Dan Switching Barriers Terhadap Customer Retention. In *Pengaruh Customer Service Quality* (Vol. 5, Issue 1).
- Hariyanto, K. (2017). Analisa pengaruh service quality, food quality dan perceived value terhadap customer loyalty konsumen restaurant boncafe manyar kertoarjo surabaya dengan customer satisfaction sebagai variable intervening. *Jurnal strategi pemasaran*, 4(1), 14.
- Hernika, A. W. (2020). *Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Konsumen dengan E-Payment sebagai Varibel Moderasi: Studi pada Pengguna Aplikasi Gojek di Salatiga* (Doctoral dissertation).
- Kurniasih, D. (2021). *Kepuasan konsumen: studi terhadap word of mouth, kualitas layanan dan citra merek*. Bintang Visitama.
- Kotler dan Keller. (2016). *Marketing Management*. 15th Ed. Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management Fourteenth Edition*. Pearson Education. New Jersey.
- Latan, Hengky. (2014). *Aplikasi Analisis Data Statistik Untuk Ilmu Sosial Sains dengan IBM SPSS*. Bandung: Alfabeta.
- Liu, F., Lim, E., Li, H., Tan, C.-W. and Cyr, D. (2020), "Disentangling utilitarian and hedonic consumption behavior in online shopping: an expectation DCF perspective", *Information and Management*, Vol. 57 No. 3.
- Maharani, T., Fatimah, S., & Yusuf, A. (2023). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Penggunaan Ulang (Survey Pada Pengguna E-Wallet ShopeePay). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(3), 517-532.
- Nawarini, A. T. (2019). Pengaruh Perceived Value Dan Kepuasan Pada Loyalitas Pengguna Kartu Seluler Di Kota Purwokerto Dengan Variabel Variety Seeking Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 21(1).
- Ndun, L. A. (2019). Analisis pengaruh e-service quality dan perceived value terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan layanan internet Indihome. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(1).
- Nurvidiana, R., Hidayat, K., & Abdillah, Y. (2015). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Republica Cafe Malang Jalan Mt. Haryono Gg. XI Malang)*. Brawijaya University.
- Prakosa, A., & Wintaka, D. J. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan ulang e-wallet pada generasi milenial di daerah istimewa yogyakarta. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 3(1), 72-85.

- Purnomo, E. (2016). *Pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap minat beli konsumen dalam membeli beras lokal (studi kasus Desa Rambah Utama)* (Doctoral dissertation, Universitas Pasir Pengaraian).
- Ray, D., Huwae, P., & Yusiana, R. (2021). *Analisis Kualitas Layanan Pada*
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Wang, Y.S., Tseng, T.H., Wang, W.T., Shih, Y.W. and Chan, P.Y. (2019), "Developing and validating a mobile catering app success model", *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 77, pp. 19-30.
- Wicaksono, B. (2016). *Peran Service Quality, Perceived Value, dan Switching Cost Dalam Membentuk Customer Loyalty pada Nasabah pt. Bank central Asia, Tbk* (Doctoral dissertation, STIE Indonesia Banking School).
- Yasmin, T. (2018). *Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, pengetahuan produk dan kepercayaan terhadap minat menggunakan ib hasanah card* (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

<https://goodstats.id/article/ini-10-e-wallet-yang-paling-sering-dipakai-masyarakat-indonesia-M4TA4> .