

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kemudahan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada E-Wallet Dana di Kota Padang
2. Keamanan tidak berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan pada E-Wallet Dana di Kota Padang
3. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan pada E-Wallet Dana di Kota Padang

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil hipotesis pada penelitian ini memiliki implikasi penting yang dapat digunakan oleh E-Wallet Dana sebagai alat untuk mengevaluasi kinerja mereka untuk meningkatkan loyalitas pelanggan melalui kemudahan, keamanan, dan kepercayaan. Dengan meningkatkan kemudahan pengguna E-Wallet Dana tentunya akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Selanjutnya pada penelitian ini keamanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Sehingga E-Wallet Dana perlu meningkatkan keamanan dalam bertransaksi menggunakan E-Wallet Dana misalkan dari transparansi, kebijakan privasi dan keamanan data yang jelas kepada pengguna untuk membangun kepercayaan pelanggan. Hal itu juga sesuai dengan hasil TCR keamanan yaitu dalam kategori cukup tinggi. Dari segi kemudahan E-Wallet Dana ini bisa

memperbaiki aplikasi atau mempermudah penggunaan, sehingga pengguna lebih mudah dalam melakukan transaksi menggunakan E-Wallet Dana.

5.3 Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka berikut ini dapat dikemukakan saran dan keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada pengguna E-Wallet Dana di Kota Padang, sehingga hasil penelitian ini belum dapat berlaku sama pada pengguna E-Wallet Dana di daerah lainnya. Dengan demikian disarankan bagi penelitian yang akan datang dapat mengujikan model penelitian ini pada pengguna di daerah-daerah lainnya.
2. Penelitian ini hanya menggunakan variabel kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan, sehingga variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, diharapkan peneliti lain untuk menambahkan variabel lainnya untuk penelitian yang akan datang.
3. Penelitian ini hanya menggunakan 115 orang responden, dengan demikian disarankan bagi peneliti yang akan datang agar menggunakan jumlah responden yang lebih banyak lagi dari penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Agustiningrum, D., & Andjarwati, A. L. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 896–906.
- Andriani, W., & Batu, R. L. (2022). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Online Go-Jek Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Jek Di Kabupaten Karawang). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(2), 172–180.
- Chellappa, R. ., & pavlou, p. . (2002). Perceived information security, financial liability dan consumer trust in electronic commerce transactios. *Logistics Information Management*, 358–368.
- Davis, F. D. (1989). perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology,.
- Davis, Gordon B. 2016. *Kerangka Dasar: Sistem Informasi Manajemen, Bagian I Pengantar*. Seri Manajemen No. 90-A. Cetakan Kedua Belas, Jakarta: PT. Pustaka Binawan Pressindo.
- Fauzan, M. I., & Sujana, S. (2022). Pengaruh Kelengkapan Fitur Aplikasi, Kemudahan Transaksi, Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Pada Aplikasi TIX ID. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 2(1), 1–14.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014b). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
- Hurriyati, R. (2008). *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen*. Alfabeta.
- Hurriyati, R. (2021). Pengaruh kepercayaan konsumen, loyalitas konsumen, dan Dipabrik sahatex. 2, 28–37.
- Jogiyanto. (2010) *Sistem Infoermasi Keperilakuan (Revisi)*. Penerbit Andi.
<https://doi.org/10.1509%2Fjimk.18.3.18>
- Jogiyanto, H. M. 2019. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Erlangga.Kasiram
- Kotler, P., & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen pemasaran jilid 2*. Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*. Essex: Pearson Education Inc.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.

- Lewicki, R.J., & Wiethoff, C. (2000). Trust, Trust Development, and Trust Repair. In M. Deutsch & P.T. Coleman (Eds.) *Handbook of research conflict resolution: Theory and practice* (pp. 86-107). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Lubis, M. D., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(2), 209–218.
- Made, putra dwi surya caesar, & Ekawati, ekawati wayan. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Vespa. 6(3), 1674–1700.
- Marhaendra, A. N., & Mahyuzar, H. (2023). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Kepuasan Pada Pengguna E-Wallet Dana Di Kebumen. *Journal of Digital Business and Management*, 2(2), 84–90.
- Mayer, R. C., Davis, J. H. & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *The Academy of Management Review*, 20, 3, Pp. 709-734.
- Meileny, f, & wijaya h. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan tingkat kepuasan pelanggan linkaja di indonesia. *Jurnal Ecodemicademica*, 4, 201–202.
- Onsardi, & Putri, U. D. (2021). Dampak Harga, Ulasan Produk, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Loyalitas Konsumen Belanja Online di Lazada. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 2(2), 156–163.
- Park & Kim Young-Gul. (2016). The effect of information satisfaction and relational benefit on consumers' online shopping site commitments. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*.
- Pohan, F. S., & Aulia, Z. F. (2019). Kualitas situs web, kepercayaan, dan loyalitas konsumen Tokopedia. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2(1), 13–22.
- Prihatini, & hidayati. (2019). kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi dan harga berpengaruh terhadap keputusan kuliah penerbangan di masa pandemi covid-19. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 1, 110–121.
- Purwanda, E., & Wati, T. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Pelanggan LAZADA Di Wilayah Bandung Timur). *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 18(1), 508–514.

- Purwitasari, R., & Endah Budiarti. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Nilai Pelanggan, dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4, 105–116.
- Putri, C., & Trisnowati, J. (2021). *Surakarta Management Journal*. *Surakarta Management*, 2(1), 103–110.
- Sangadji, & Sopiah. (2012). Pengaruh nilai pelanggan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa gojek dikota singaraja. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 14, 74–80.
- Sari, Anak A. R. Permata, dan N. N., & Yasa., K. (2020). Kepercayaan Pelanggan Di Antara Hubungan Perusahaan Dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan.
- Sindiah, S., & Rustam, T. A. (2023). Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Facebook. *ECo-Buss*, 6(1), 42–52.
- Stefanny, I. P. M., & Indrawati, L. (2022). Pengaruh Kemananan ,Promosi, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Lazada. *K&K Jurnal Manajemen*, 1(2), 129–142.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Pt Alfabet Bandung.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALfabeta Bandung.
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T.-P., & Turban, D. C. (2015). *Electronic Commerce - A Managerial and Social Perspective*.
- Venkatesh, V. (2000). Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control , Intrinsic Motivation, Acceptance Model.
- Wardani, A. K., & Susanti, A. (2024). ... Transaksi, Kepercayaan Pelanggan, Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna E-Wallet Dana Pada Gen-Z Di Solo Raya. *Jurnal Real Riset*, 6, 79–91. <https://doi.org/10.47647/jrr>
- Wahyuningsih, & Nirawati. (2022). Pengaruh Kemudahan dan Keamanan Tterhadap Loyalitas Pelanggan E-Wallet Aplikasi Dana. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7, 13.
- Widjaja,. B, T. (2009). *Lifestyle Marketing*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Yuliza, M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Mobil Avanza Di Kabupaten Pasaman Barat. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 5(3), 148–154.

Yunaida, E. (2018). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.685>