

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah agar dapat mengetahui pengaruh dari *e-service quality*, *customer trust* dan *brand image* terhadap loyalitas pengguna *mobile application* Profits Anywhere. Menurut hasil uji statistik serta pembahasan yang sudah diuraikan, maka bisa disimpulkan sebagaimana dibawah ini :

1. *E-service quality* terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna *mobile application* Profits Anywhere secara parsial.
2. *Customer trust* terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna *mobile application* Profits Anywhere secara parsial.
3. *Brand image* terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna *mobile application* Profits Anywhere secara parsial.
4. *E-service quality*, *customer trust*, dan *brand image* terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna *mobile application* Profits Anywhere secara simultan.

5.2 Saran

Menurut hasil serta pembahasan yang sudah diuraikan pada penelitian ini, mengenai pengaruh *e-service quality*, *customer trust* dan *brand image* terhadap loyalitas pengguna *mobile application* Profits Anywhere. Terdapat beberapa masukan atau saran bagi perusahaan dengan harapan akan bisa memberikan manfaat antara lain :

5.2.1 Bagi Perusahaan

Pada penelitian ini berdasarkan hasil semua pernyataan tanggapan responden pada variabel *e-service quality* menunjukkan ada pada katagori baik semua, dimensi yang mempunyai penilaian dengan rata-rata terendah terdapat pada *fulfillment* terletak di butir pernyataan “aplikasi Profits Anywhere dapat melakukan order transaksi secara tepat dan cepat”, akan hal itu tentu PT Phintraco Sekuritas dapat terus meningkatkan performa dari aplikasi Profits Anywhere utamanya pada saat awal *market* buka.

Berdasarkan hasil semua pernyataan tanggapan responden pada variabel *customer trust* menunjukkan ada pada katagori baik semua, dimensi yang mempunyai penilaian dengan rata-rata terendah ada pada *benevolence* terletak di butir pernyataan “aplikasi Profits Anywhere memberikan notifikasi perkiraan pergerakan harga saham yang dapat membantu”, akan hal itu PT Phintraco Sekuritas terus dapat melakukan sosialisasi dan edukasi terkait notifikasi info *market* perkiraan pergerakan harga saham, agar semua nasabah memiliki pemahaman yang baik akan notifikasi tersebut.

Berdasarkan hasil semua pernyataan tanggapan responden pada variabel *brand image* menunjukkan ada pada katagori baik semua, dimensi yang mempunyai penilaian dengan rata-rata terendah ada pada *brand uniqueness* terletak di butir pernyataan “desain logo aplikasi Profits Anywhere mudah dikenali dan diingat serta menarik”, akan hal

itu PT Phintraco Sekuritas dapat melakukan inovasi ataupun pembaharuan pada desain logo *mobile application* Profits Anywhere.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Agar suatu saat nanti diharapkan lebih dapat mengeksplorasi permasalahan dan bisa menambah variabel baru yang dianggap mempunyai pengaruh yang lebih besar untuk menjelaskan variabel loyalitas seperti *perceived value*, *product quality*, *brand awareness*, komitmen, dan kepuasan ataupun menggunakan metode lain dalam melakukan penelitian pada *mobile application* Profits Anywhere maupun aplikasi lainnya.