

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini menyimpulkan bahwa:

1. Kualitas pelayanan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik layanan digital yang diberikan aplikasi Qpon seperti kemudahan penggunaan, kecepatan akses, serta keandalan fitur digital maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.
2. Persepsi harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, semakin pelanggan merasa bahwa harga voucher yang ditawarkan terjangkau, adil, dan sesuai dengan manfaat yang diberikan, maka kepuasan pelanggan juga meningkat.
3. Kualitas pelayanan digital dan persepsi harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan kontribusi sebesar 66% terhadap variasi kepuasan. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi antara layanan yang baik dan harga yang wajar menjadi faktor penting dalam membentuk pengalaman pelanggan yang memuaskan di aplikasi Qpon.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini mengonfirmasi hipotesis yang diajukan serta mencapai tujuan penelitian, yaitu mengetahui dan mengukur pengaruh kualitas pelayanan digital dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan dalam konteks layanan voucher digital.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan yang diperoleh, peneliti memberikan beberapa rekomendasi yang dapat dijadikan acuan bagi pengelola aplikasi Qpon maupun pihak terkait lainnya yaitu:

1. Meningkatkan kualitas pelayanan digital, khususnya pada indikator – indikator dengan persepsi rendah dari pelanggan, seperti kejelasan informasi pada sistem digital dan kecepatan tanggapan aplikasi. Peningkatan ini dapat dilakukan melalui perbaikan antarmuka aplikasi, peningkatan performa sistem, serta pelatihan bagi tim layanan pelanggan.
2. Memastikan persepsi harga tetap kompetitif dan transparan. Penting bagi manajemen Qpon untuk menjaga persepsi bahwa harga voucher yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan pelanggan. Strategi seperti penawaran harga dinamis, program diskon periodik, atau sistem poin loyalitas dapat diterapkan untuk meningkatkan nilai yang dirasakan pelanggan.
3. Melakukan evaluasi berkala terhadap dua aspek utama ini, yaitu pelayanan digital dan persepsi harga, melalui survei kepuasan atau *feedback* pengguna. Evaluasi ini penting untuk menjaga kualitas layanan serta meningkatkan daya saing aplikasi di pasar digital yang kompetitif.
4. Pengembangan penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lainnya yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kepercayaan digital, pengalaman pengguna, atau loyalitas pelanggan. Selain itu, pengujian model dengan segmentasi demografis (misalkan berdasarkan usia atau frekuensi pembelian) juga bisa memperkaya analisis.

5.3 Implikasi Penelitian

Penelitian ini memberikan kontribusi baik terhadap pengembangan teori maupun praktik dalam bidang bisnis digital, khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan digital, persepsi harga, dan kepuasan pelanggan, implikasi penelitian ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu implikasi teoritis dan implikasi manajerial:

5.3.1 Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini memperkaya literatur mengenai pengaruh kualitas pelayanan digital dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan dalam konteks aplikasi layanan berbasis digital. Temuan bahwa kedua variabel tersebut secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan sejalan dengan teori – teori sebelumnya seperti teori kepuasan pelanggan.

Penelitian ini juga mendukung dan memperluas temuan – temuan dalam penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Ivantan et al. (2024), Putri Anggraeni et al. (2024), Sudjatmoko et al. (2022). Dengan melakukan pengujian dalam konteks aplikasi Qpon, penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur lokal dan aktual mengenai perilaku konsumen dalam sektor digital yang berkembang pesat di Indonesia. Selain itu, dengan menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Square* (SEM-PLS), penelitian ini mempertegas relevansi metode kuantitatif dalam menguji hubungan kausal antar variabel dalam penelitian bisnis dan pemasaran digital.

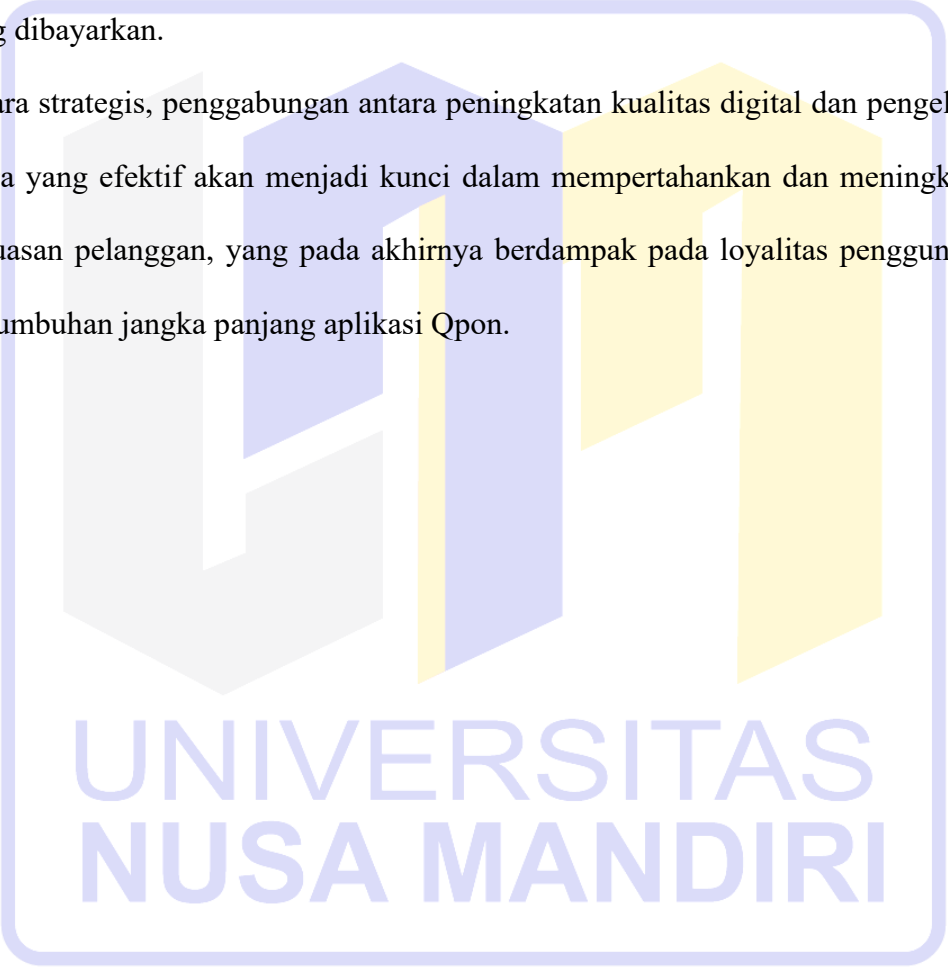
5.3.2 Implikasi Manajerial

Dari sisi praktis, hasil penelitian ini memberikan wawasan penting bagi manajemen aplikasi Qpon dan pengelola layanan digital lainnya. Ditemukan bahwa kualitas pelayanan digital memiliki pengaruh paling kuat terhadap kepuasan

pelanggan, sehingga pengelola perlu terus berinovasi dalam aspek digital seperti *user interface*, kecepatan sistem, keandalan transaksi, dan kenyamanan pengguna.

Selain itu, persepsi harga juga terbukti signifikan, yang berarti pelanggan sangat memperhatikan keadilan dan kesesuaian antara harga dan manfaat. Oleh karena itu, manajemen disarankan untuk menjaga transparansi harga, menawarkan promo yang relevan, serta memberikan pengalaman berbelanja yang sebanding dengan harga yang dibayarkan.

Secara strategis, penggabungan antara peningkatan kualitas digital dan pengelolaan harga yang efektif akan menjadi kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas pengguna dan pertumbuhan jangka panjang aplikasi Qpon.



UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI