

## BAB V

### SIMPULAN DAN IMPLIKASI

#### A. Simpulan

Berdasarkan analisis penelitian yang telah dibahas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Kualitas *website* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang mahasiswa pada aplikasi KAI *Access*.
2. Pengalaman pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang mahasiswa pada aplikasi KAI *Access*.
3. Kualitas *website* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen mahasiswa pada aplikasi KAI *Access*.
4. Pengalaman pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen mahasiswa pada aplikasi KAI *Access*.
5. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang mahasiswa pada aplikasi KAI *Access*.
6. Kepuasan konsumen memediasi pengaruh kualitas *website* terhadap niat pembelian ulang mahasiswa pada aplikasi KAI *Access*.
7. Kepuasan konsumen memediasi pengaruh pengalaman pengguna terhadap niat pembelian ulang mahasiswa pada aplikasi KAI *Access*.

## **B. Implikasi Penelitian**

### **1. Implikasi Praktis**

Berdasarkan analisis penelitian, maka implikasi yang dapat dijadikan acuan bahan evaluasi bagi pihak – pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut.

Perusahaan perlu memperhatikan faktor yang memungkinkan dapat meningkatkan niat konsumen untuk melakukan pembelian kembali dengan menumbuhkan kepuasan mereka, seperti kualitas *website* dan pengalaman pengguna. Kepuasan konsumen dapat ditingkatkan melalui *website* yang dapat memenuhi harapan mereka seperti ketersediaan informasi yang jelas dan lengkap, visual yang tersaji secara *real time* dan tata *layout* yang menarik, terlebih rasa aman dengan minimnya tingkat *error* dalam pembelian tiket maupun proses pengiriman *e-ticket*. Selain dari kepuasan secara *tangible*, kepuasan atas pengalaman konsumen dalam menggunakan KAI *Access* yang memberikan keleluasan, kemudahan, ketepatan waktu, utamanya memberikan daya tarik khas mampu mendorong mereka merasakan kepuasan saat pemakaian. Dengan meningkatnya kepuasan konsumen diharapkan dapat memberikan dampak pada perilaku konsumen dan mereka berniat untuk melakukan pembelian ulang atas aplikasi tersebut.

### **2. Implikasi Teoritis**

Dari penelitian yang dilaksanakan ini, hasil yang diperoleh perlu dijadikan bahan pertimbangan yang dapat memberikan manfaat maupun solusi dari permasalahan yang mungkin sedang terjadi maupun terjadi dikemudian hari bagi pihak yang bersangkutan. Berdasarkan penelitian, diharapkan dapat menambah lebih banyak literatur bacaan dan pengetahuan yang berkaitan dengan kualitas *website*, pengalaman pengguna, kepuasan konsumen, dan niat pembelian ulang.

Dilihat dari nilai signifikansi, variabel yang paling berpengaruh adalah pengalaman

pengguna yaitu sebesar 0,000. Diketahui indikator dengan hubungan paling kuat pada tiap variabel adalah variabel kualitas *website* dengan indikator kelima terkait keamanan untuk menyelesaikan transaksi sebesar 0,857. Variabel pengalaman pengguna dengan indikator ketiga terkait daya tarik *website* sebagai pengalaman konsumen sebesar 0,872. Variabel kepuasan konsumen dengan indikator kedua terkait kepuasan yang dirasakan atas dasar senang dengan layanan yang didapatkan sebesar 0,874, serta variabel niat pembelian ulang dengan indikator ketiga terkait pembelian berdasarkan keunggulan *website* itu sendiri sebesar 0,883.

### C. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini berfokus hanya pada variabel kualitas *website*, pengalaman pengguna, kepuasan konsusmen, dan niat pembelian ulang. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menambah faktor lain yang dapat mempengaruhi niat pembelian ulang seperti EWOM, ekspetasi upaya, maupun sistem informasi. Untuk topik serupa, dapat dengan mengembangkan topik yang berbeda selain aplikasi KAI Access, seperti aplikasi sayur online, belajar online, dan lain – lain.
2. Peneliti menyadari keterbatasan dalam melakukan penyebaran kuesioner hanya terbatas pada mahasiswa jurusan manajemen Unsoed angkatan 2021-2022 sehingga keberagaman belum dapat menggeneralisasi hasil untuk konsumen lainnya. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan lingkup yang lebih luas seperti wilayah atau provinsi tertentu.
3. Pengumpulan data melalui kuesioner untuk keperluan penelitian ini juga masih memiliki keterbatasan dimana beberapa jawaban responden atas pertanyaan terbuka tidak sesuai harapan, dan pertanyaan terjawab dengan sangat singkat sehingga sulit untuk diinterpretasikan lebih dalam.