

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian analisis data yang telah dilakukan dengan 250 responden. Sampel diambil menggunakan penyebaran kuesioner secara daring. Untuk metode analisis pengolahan data menggunakan SMART PLS dengan uji SEM-PLS. Data yang digunakan menggunakan data primer untuk pengaruh kualitas informasi, pengalaman pengguna, *brand trust* terhadap loyalitas pengguna di mediasi oleh kepuasan pengguna. Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini mengungkapkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas informasi, pengalaman pengguna, dan brand trust terhadap loyalitas pengguna aplikasi Mamikos. Kualitas informasi yang disajikan dalam aplikasi berperan penting dalam membentuk persepsi pengguna. Ketika informasi yang diberikan akurat, relevan, dan mudah dipahami, pengguna cenderung merasa lebih puas dan loyal terhadap aplikasi. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan kualitas informasi yang baik adalah kunci untuk meningkatkan loyalitas pengguna.
2. Selain itu, pengalaman pengguna juga terbukti memiliki dampak positif yang signifikan terhadap loyalitas. Pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan saat menggunakan aplikasi Mamikos dapat meningkatkan keinginan pengguna untuk terus menggunakan layanan tersebut. Pengalaman positif ini mencakup kemudahan navigasi, kecepatan respon, dan interaksi yang menyenangkan dengan fitur-fitur aplikasi. Oleh karena itu, penting bagi pengembang aplikasi untuk terus berinovasi dan meningkatkan pengalaman pengguna agar tetap relevan dan menarik.
3. Brand trust atau kepercayaan merek juga memainkan peran krusial dalam membangun loyalitas pengguna. Ketika pengguna merasa yakin bahwa Mamikos dapat diandalkan dan memenuhi janji-janji yang diberikan, mereka lebih cenderung

untuk tetap setia dan merekomendasikan aplikasi kepada orang lain. Kepercayaan ini dapat dibangun melalui transparansi, konsistensi dalam layanan, dan komunikasi yang efektif dengan pengguna.

4. Kepuasan pengguna berfungsi sebagai mediator yang menghubungkan kualitas informasi, pengalaman pengguna, dan brand trust dengan loyalitas. Artinya, meskipun kualitas informasi dan pengalaman pengguna berpengaruh langsung terhadap loyalitas, kepuasan pengguna menjadi faktor yang memperkuat hubungan tersebut. Pengguna yang merasa puas dengan informasi yang diterima dan pengalaman yang dialami akan lebih mungkin untuk tetap loyal terhadap aplikasi Mamikos.

## **B. SARAN**

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar peneliti mengambil sampel yang lebih beragam dari berbagai wilayah untuk mendapatkan representasi yang lebih baik mengenai pengguna aplikasi Mamikos. Selain itu, penggunaan metode pengumpulan data yang lebih bervariasi, seperti survei online dan wawancara mendalam, dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang perilaku dan preferensi pengguna. Penelitian lebih lanjut juga dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi loyalitas pengguna, seperti aspek sosial dan budaya, serta dampak dari fitur-fitur baru yang ditambahkan ke dalam aplikasi.

## **C. KETERBATASAN PENELITIAN**

1. Penelitian ini mengalami keterbatasan geografis, dimana penelitian ini hanya dilakukan sebatas di kota purwokerto .
2. Jumlah sampel yang terbatas 250 orang, tidak mencakup keseluruhan populasi penelitian ini.
3. Subjektivitas Responden. Responden mungkin memberikan jawaban yang dipengaruhi oleh persepsi pribadi, pengalaman, atau harapan mereka, yang dapat

mempengaruhi keakuratan data yang dikumpulkan. Hal ini dapat menyebabkan bias dalam hasil penelitian.

4. Variabel yang Tidak Dimasukkan. Penelitian ini mungkin tidak mempertimbangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pengguna, seperti faktor eksternal (misalnya, kondisi pasar, kompetisi) atau faktor internal (misalnya, pengalaman pribadi pengguna).

