

BAB V SIMPULAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-customer loyalty* dengan *e-customer satisfaction* sebagai variabel mediasi pada mitra Brainy Kids Indonesia, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas layanan digital (*e-service quality*) yang diberikan Brainy Kids Indonesia terbukti mampu meningkatkan kepuasan mitra. Semakin baik kualitas layanan yang diterima mitra, seperti kemudahan akses informasi, kecepatan pelayanan, dan keandalan sistem, maka semakin tinggi tingkat kepuasan mitra.
2. Kepercayaan mitra (*e-trust*) juga terbukti berperan penting dalam meningkatkan kepuasan mitra. Mitra yang memiliki keyakinan terhadap kredibilitas, integritas, dan kompetensi Brainy Kids Indonesia cenderung merasa lebih puas dalam menjalankan kemitraan.
3. Kualitas layanan digital tidak hanya meningkatkan kepuasan, tetapi juga mampu meningkatkan loyalitas mitra. Mitra yang merasakan layanan yang baik cenderung mempertahankan kerja sama dan memiliki komitmen jangka panjang terhadap Brainy Kids Indonesia.
4. Kepercayaan mitra terhadap Brainy Kids Indonesia berpengaruh positif terhadap loyalitas. Semakin tinggi tingkat kepercayaan mitra, semakin besar keinginan mereka untuk tetap bertahan dan mengembangkan usahanya bersama Brainy Kids Indonesia.
5. Kepuasan mitra terbukti menjadi faktor penting dalam membentuk

loyalitas. Mitra yang merasa puas terhadap layanan dan hubungan kemitraan cenderung menunjukkan loyalitas yang lebih tinggi.

6. Kepuasan mitra mampu memediasi pengaruh kualitas layanan digital terhadap loyalitas mitra. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan digital akan lebih efektif dalam membangun loyalitas apabila terlebih dahulu mampu menciptakan kepuasan mitra.
7. Kepuasan mitra juga mampu memediasi pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas mitra. Dengan kata lain, kepercayaan yang dimiliki mitra akan semakin memperkuat loyalitas apabila diikuti dengan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap kemitraan yang dijalankan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan digital dan kepercayaan merupakan faktor strategis dalam meningkatkan loyalitas mitra Brainy Kids Indonesia, baik secara langsung maupun melalui peningkatan kepuasan mitra. Oleh karena itu, Brainy Kids Indonesia perlu terus meningkatkan kualitas layanan digital dan menjaga kepercayaan mitra untuk mempertahankan loyalitas kemitraan dalam jangka panjang.

5.2 Keterbatasan

Keterbatasan yang ada pada penelitian ini dapat digunakan sebagai evaluasi dan dapat diperbaiki oleh peneliti lain di masa depan. Adapun keterbatasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya melibatkan mitra Brainy Kids Indonesia dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, sehingga hasil penelitian memiliki

keterbatasan dalam generalisasi dan belum dapat mewakili karakteristik seluruh organisasi atau perusahaan lain yang memiliki kondisi, sistem layanan, serta karakteristik pelanggan yang berbeda.

2. Penelitian ini hanya menggunakan variabel *e-service quality*, *e-trust*, dan *e-customer satisfaction* dalam menjelaskan *e-customer loyalty*. Masih terdapat kemungkinan faktor lain yang turut memengaruhi *e-customer loyalty*, seperti *perceived value*, *customer engagement*, *switching cost*, *relationship marketing*, dan kualitas komunikasi, yang belum dimasukkan dalam model penelitian ini.

5.3 Implikasi

1. Implikasi Praktis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-customer satisfaction* dapat memediasi pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-customer loyalty* mitra Brainy Kids Indonesia. Dari temuan ini dapat diberikan beberapa implikasi praktis bagi pimpinan perusahaan, staf dan peneliti selanjutnya seperti berikut:

- a. Pimpinan Brainy Kids Indonesia perlu meningkatkan *e-customer satisfaction* mitra melalui perbaikan kualitas layanan digital dan peningkatan kepercayaan mitra. Sebagai contoh, perusahaan dapat mempercepat respons *customer service* terhadap keluhan mitra, meningkatkan keamanan data dan transaksi digital, menyediakan informasi program yang lebih lengkap dan mudah diakses, serta melakukan evaluasi kepuasan mitra secara berkala. Upaya-upaya

tersebut dapat meningkatkan kepuasan mitra yang pada akhirnya mendorong peningkatan *e-customer loyalty*. Pimpinan perusahaan perlu mengalokasikan sumber daya untuk pengembangan sistem digital dan layanan, seperti pengembangan platform, keamanan data, dan kemudahan penggunaan. Selain itu juga menjadikan *e-customer satisfaction* sebagai indikator utama kinerja perusahaan.

b. Pimpinan Perusahaan

Pimpinan Brainy Kids Indonesia perlu mengalokasikan sumber daya secara berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas layanan digital yang digunakan mitra. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui pengembangan platform yang lebih stabil dan mudah digunakan, peningkatan keamanan data mitra, penyediaan informasi yang lengkap dan akurat, serta perbaikan sistem pelayanan berbasis digital. Selain itu, perusahaan perlu melakukan survei kepuasan mitra secara berkala dan menjadikan hasilnya sebagai dasar evaluasi dalam pengambilan keputusan strategis. Dengan demikian, perusahaan dapat lebih memahami kebutuhan mitra dan meningkatkan loyalitas mereka dalam jangka panjang.

c. Staf Perusahaan

Staf Brainy Kids Indonesia perlu berperan aktif dalam menjaga dan meningkatkan kualitas layanan kepada mitra. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan respons yang cepat terhadap pertanyaan maupun keluhan, memberikan pendampingan yang

memadai dalam penggunaan sistem dan program pembelajaran, serta memastikan informasi yang diberikan kepada mitra selalu jelas, akurat, dan konsisten. Selain itu, staf juga perlu membangun hubungan yang baik dengan mitra melalui komunikasi yang profesional dan responsif sehingga kepercayaan mitra terhadap perusahaan dapat terus meningkat dan berdampak pada loyalitas mereka.

d. Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan jumlah responden yang lebih besar dan objek penelitian yang berbeda agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik. Selain itu, penelitian berikutnya dapat menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi *e-customer loyalty*, seperti *e-word of mouth*, *brand image*, *perceived value*, *customer engagement*, maupun *relationship marketing*. Penggunaan variabel tambahan tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas mitra dalam konteks layanan pendidikan berbasis digital.

2. Implikasi Teoritis

Hasil dari penelitian sebelumnya telah diperkuat dan didukung oleh penelitian ini melalui penggunaan model yang telah dikembangkan. Berikut adalah hipotesis yang berkaitan dengan implikasi teoritis.

- a. Penelitian ini mendukung teori kepuasan pelanggan dan memperkuat hasil penelitian sebelumnya bahwa *e-service quality*, *e-trust* dan *e-customer satisfaction* memengaruhi *e-customer loyalty*.
- b. Penelitian ini mengintegrasikan dua variabel *e-service quality* dan *e-trust* sebagai konstruk utama dalam sebuah model penelitian, sehingga memberikan kontribusi teoritis yang menyatakan bahwa *e-customer loyalty* merupakan hasil kombinasi berbagai faktor yang saling berhubungan, bukan hanya terpengaruh oleh satu variabel saja.
- c. Penelitian ini membuktikan bahwa *e-customer satisfaction* mampu memediasi pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-customer loyalty*.

