

BAB V

SIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *e-service quality* dan *system availability* terhadap *repurchase intention* melalui *e-satisfaction* sebagai variabel intervening pada pengguna aplikasi Platinum Cineplex di Kabupaten Kebumen. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Square* (SEM-PLS) terhadap 110 responden, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *E-Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction* pada pengguna aplikasi Platinum Cineplex di Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan elektronik yang diberikan aplikasi, seperti tampilan yang menarik, keandalan, kemudahan navigasi, kepercayaan, dan keamanan data, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh penggunanya.
2. *System availability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction* pada pengguna aplikasi Platinum Cineplex di Kebumen. Ketersediaan sistem yang stabil, mudah diakses, serta minim gangguan teknis seperti *downtime* atau *crash* mampu meningkatkan kepuasan pengguna dalam melakukan transaksi pembelian tiket secara *online*.
3. *E-Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* pada pengguna aplikasi Platinum Cineplex di Kebumen. Kualitas

layanan elektronik yang baik secara langsung mampu mendorong niat konsumen untuk melakukan pembelian ulang tiket melalui aplikasi tersebut.

4. *System availability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* pada pengguna aplikasi Platinum Cineplex di Kebumen. Ketersediaan sistem yang dapat diandalkan dan berjalan lancar turut mendorong konsumen untuk kembali menggunakan aplikasi dalam pembelian tiket bioskop di masa mendatang.
5. *E-Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* pada pengguna aplikasi Platinum Cineplex di Kebumen. Semakin tinggi kepuasan yang dirasakan konsumen atas pengalaman pembelian tiket sebelumnya, maka semakin besar pula niat konsumen untuk melakukan pembelian ulang.
6. *E-Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* melalui *e-satisfaction* pada pengguna aplikasi Platinum Cineplex di Kebumen. Hasil ini membuktikan bahwa *e-satisfaction* berperan sebagai *partial mediator* yang memediasi pengaruh *e-service quality* terhadap niat pembelian ulang, karena baik pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung sama-sama signifikan.
7. *System availability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* melalui *e-satisfaction* pada pengguna aplikasi Platinum Cineplex di Kebumen. Ketersediaan sistem yang baik terlebih dahulu membentuk kepuasan konsumen, yang kemudian mendorong munculnya niat untuk melakukan pembelian ulang.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini (H1 sampai dengan H7) dinyatakan diterima. Temuan ini selaras *Expectation Confirmation Theory* (ECT) yang menjadi *grand theory* dalam penelitian ini, di mana kesesuaian antara ekspektasi dan kinerja aktual layanan aplikasi Platinum Cineplex, baik dari sisi kualitas layanan elektronik maupun ketersediaan sistem, akan membentuk kepuasan konsumen yang pada gilirannya mendorong terbentuknya niat pembelian ulang

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diupayakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan, di antaranya sebagai berikut:

1. Ruang lingkup penelitian ini hanya terbatas pada pengguna aplikasi Platinum Cineplex di wilayah Kabupaten Kebumen, sehingga hasil penelitian ini belum tentu dapat digeneralisasikan pada pengguna aplikasi sejenis di wilayah lain maupun pada aplikasi pemesanan tiket bioskop yang berbeda.
2. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini relatif terbatas, yaitu sebanyak 110 responden, sehingga hasil penelitian ini belum sepenuhnya dapat mencerminkan seluruh populasi pengguna aplikasi Platinum Cineplex secara keseluruhan.
3. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner secara *online* melalui *Google Form*, sehingga jawaban yang diberikan oleh responden bersifat subjektif dan bergantung pada persepsi serta pemahaman

masing-masing responden terhadap pernyataan yang diajukan, sehingga berpotensi menimbulkan bias dalam pengisian data.

5.3 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa implikasi praktis yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi pihak manajemen Platinum Cineplex, di antaranya sebagai berikut:

1. Mengingat *e-service quality* memiliki pengaruh yang paling besar terhadap *e-satisfaction*, pihak Platinum Cineplex disarankan untuk terus meningkatkan kualitas layanan elektronik pada aplikasinya, seperti memperbaiki tampilan antarmuka (*web design*) agar lebih menarik dan informatif, meningkatkan keandalan sistem transaksi, mempermudah navigasi antar halaman, serta memperkuat jaminan keamanan dan privasi data pribadi konsumen agar kepercayaan pengguna semakin meningkat.
2. Perusahaan perlu memperbaiki dan meningkatkan *system availability* aplikasi, dengan cara meminimalisir gangguan teknis seperti *downtime*, *crash*, ataupun kegagalan sistem saat proses *login* dan pengiriman *One Time Password* (OTP), mengingat keluhan tersebut menjadi salah satu penyebab rendahnya *rating* aplikasi di *Google Play Store*. Peningkatan stabilitas server dan kecepatan akses aplikasi akan membuat proses pemesanan tiket berjalan lebih lancar tanpa hambatan.
3. Karena *e-satisfaction* berperan penting sebagai mediator, perusahaan sebaiknya secara rutin mengevaluasi tingkat kepuasan pengguna, misalnya

melalui survei kepuasan pelanggan atau pemantauan ulasan dan *rating* pada *platform* unduhan aplikasi, sehingga keluhan konsumen dapat segera diidentifikasi dan ditindaklanjuti sebelum berdampak pada penurunan niat pembelian ulang.

4. Perusahaan dapat mempertimbangkan strategi tambahan untuk mendorong *repurchase intention*, seperti pemberian promo atau penawaran khusus bagi pengguna yang telah melakukan transaksi sebelumnya, program loyalitas, maupun pengiriman notifikasi terkait jadwal film maupun promo terbaru, sehingga keinginan konsumen untuk kembali menggunakan aplikasi Platinum Cineplex.

5.4 Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini juga memberikan sejumlah implikasi teoritis yang dapat memperkaya kajian ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang pemasaran digital dan perilaku konsumen dalam konteks e-commerce, sebagai berikut:

1. Penelitian ini memberikan dukungan empiris yang relevan dengan *Expectation Confirmation Theory* (ECT) yang dikembangkan oleh Oliver (1980) dalam menjelaskan hubungan antara kepuasan pasca pembelian dengan niat pembelian ulang, khususnya dalam konteks layanan aplikasi pemesanan tiket bioskop *online*, sehingga dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang menggunakan *grand theory* yang sama pada objek maupun konteks industri yang berbeda.
2. Penelitian ini turut memberikan kontribusi dalam menjembatani *research gap* terkait inkonsistensi hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh

system availability terhadap *repurchase intention*, di mana pada penelitian ini terbukti bahwa *system availability* berpengaruh positif dan signifikan, baik secara langsung maupun melalui mediasi *e-satisfaction*, sehingga memperkaya bukti empiris pada konteks aplikasi pemesanan tiket bioskop di Indonesia yang sebelumnya belum banyak diteliti.

3. Penelitian ini memberikan kedudukan *e-satisfaction* sebagai variabel yang memediasi secara parsial pengaruh *e-service quality* dan *system availability* terhadap *repurchase intention*, sehingga dapat dijadikan rujukan bagi pengembangan model penelitian lanjutan dengan menambahkan variabel lain variabel intervening maupun moderasi pada konteks *e-commerce* lainnya.

