BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengujian dengan regresi linear berganda dan pembahasan menyeluruh, penelitian ini dapat menyimpulkan beberapa hal penting:

1. *Information Quality* tidak memberikan pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap *Customer Satisfaction*. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun *chatbot* VIDA mampu menyajikan informasi yang akurat dan relevan, faktor ini ternyata tidak menjadi determinan utama dalam membentuk tingkat kepuasan pengguna layanan. Hasil regresi menunjukkan koefisien sebesar 0,065 dengan sumbangan efektif sebesar 7,61% dari total pengaruh variabel independen.
2. *Ease of Use* secara signifikan mempengaruhi *Customer Satisfaction*. *Chatbot* yang mudah digunakan, tampilan yang jelas, dan sistem navigasi yang mudah dipahami berperan penting dalam menciptakan pengalaman pengguna yang positif, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan terhadap layanan yang diberikan. Hasil regresi menunjukkan koefisien sebesar 0,236 memberikan sumbangan sebesar 27.63% dari total pengaruh variabel independen.
3. *Responsiveness* memberikan pengaruh yang signifikan dan dominan terhadap *Customer Satisfaction*. Kemampuan *chatbot* dalam memberikan respon yang cepat, solusi yang tepat, serta bantuan yang relevan dengan kebutuhan pengguna terbukti menjadi faktor kunci yang paling menentukan dalam membentuk tingkat kepuasan pelanggan. Hasil regresi menunjukkan koefisien sebesar 0,553 memberikan sumbangan sebesar 64.75% dari total pengaruh.
4. Secara simultan, Variabel *Information Quality*, *Ease of Use*, dan *Responsiveness* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, dengan nilai R^2 sebesar 0,693. Artinya, 69.3% variasi dalam *Customer Satisfaction* dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut secara bersama-sama. Temuan ini menggarisbawahi bahwa sinergi antara kualitas informasi, kemudahan penggunaan, dan kecepatan respons *chatbot* merupakan

faktor penting yang membentuk kepuasan pelanggan atas layanan digital dari PT Pos Indonesia.

5.2 Saran

Dari hasil analisis yang diperoleh, berikut beberapa rekomendasi yang dapat dipertimbangkan oleh PT Pos Indonesia serta menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya:

1. PT Pos Indonesia perlu untuk meningkatkan kualitas informasi yang diberikan *chatbot*, contohnya dengan memberikan jawaban yang lebih sesuai dengan konteks dan memperbarui data secara rutin, sehingga pengguna merasa lebih terbantu secara nyata.
2. Kemudahan penggunaan harus tetap dipertahankan dan disesuaikan dengan tren desain antarmuka terkini, terutama bagi pengguna dari berbagai usia dan tingkat pengetahuan teknologi. Buku panduan pengguna juga bisa disajikan dalam bentuk visual atau video interaktif.
3. Responsivitas *chatbot* harus tetap menjadi prioritas utama. Jika memungkinkan, bisa pertimbangkan untuk mengintegrasikan fitur *live agent* atau *AI hybrid* agar *chatbot* tidak hanya responsif dengan cepat, tetapi juga mampu berpikir secara cerdas dalam menangani berbagai kasus yang kompleks.
4. Bagi peneliti selanjutnya, dianjurkan untuk melanjutkan penelitian ini dengan menambahkan variabel-variabel lain seperti kepercayaan, manfaat yang dirasakan, atau pengalaman pengguna, serta memperluas objek penelitian ke sektor layanan digital yang berbeda agar mendapatkan hasil yang lebih lengkap dan menyeluruh.