



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dengan menggunakan model structural equation model (SEM) dengan judul “Analisis *Word of Mouth*, *Trust*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Risk* terhadap *Intention to Use* Pada Aplikasi Movic” maka peneliti menarik kesimpulan yaitu:

1. *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention to Use*. Dapat dilihat dari nilai *t-value* yang bernilai 2.37. Maka uji hipotesis ini dapat disimpulkan bahwa persepsi mengenai kegunaan merupakan salah satu pendorong untuk keinginan untuk menggunakan aplikasi Movic.
2. *E-Word of Mouth* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention to Use*. Dapat dilihat dari nilai *t-value* yang bernilai 2.68. Maka uji hipotesis ini dapat disimpulkan bahwa suatu pernyataan yang positif maupun negatif yang dilakukan oleh konsumen merupakan salah satu pendorong untuk keinginan untuk menggunakan aplikasi Movic.
3. *E-Word of Mouth* memiliki pengaruh positif terhadap *Trust*. Dapat dilihat dari nilai *t-value* yang bernilai 4.16. Maka uji hipotesis ini dapat disimpulkan bahwa suatu pernyataan yang positif maupun negatif yang dilakukan oleh konsumen merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap aplikasi Movic.
4. *Trust* memiliki pengaruh positif terhadap *Perceived Risk*. Dapat dilihat dari nilai *t-value* yang bernilai 4.25. Maka uji hipotesis ini dapat disimpulkan bahwa rasa kepercayaan merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan persepsi terhadap resiko terhadap aplikasi Movic.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Berdasarkan dari hasil penelitian, berikut ini merupakan saran yang diberikan oleh peneliti untuk aplikasi Movic kedepannya:

1. Dengan memperluas penggunaan aplikasi ini di kota-kota lainnya, karena pada saat ini aplikasi Movic hanya dapat digunakan di beberapa kota saja.
2. Meningkatkan kinerja dari *customer service* sehingga ketika *customer* merasa puas atas pelayanan yang diberikan, *customer* bisa merekomendasikan aplikasi Movic ke orang lain yang membutuhkan jasa menyewa mobil.
3. Melakukan promosi pada aplikasi Movic dengan menggunakan *endorsement* oleh para *influencer* yang membagikan pengalaman positifnya dalam penggunaan aplikasi Movic.
4. Memberikan promo *discount* dan promo lainnya yang menarik dan direalisasikan pada aplikasi Movic agar menambah nilai kepercayaan di mata konsumen.

### 5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan dari kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini hanya meneliti pengaruh *technology acceptance model* terhadap *intention to use* dimana menjadi hanya enam variabel. Peneliti menyarankan untuk memperluas variabel agar mengetahui faktor lain yang mempengaruhi *intention to use*.
2. Memperluas populasi berdasarkan domisili pengguna aplikasi karena dari hasil kuesioner yang disebarakan rata-rata tinggal di daerah Jakarta dan Tangerang saja.