



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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 V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil analisis data dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) menunjukkan bahwa data pada penelitian ini tidak semuanya memiliki kecocokan dengan model penelitian yang diajukan. Namun, untuk model pengukuran seluruh indikator memiliki kriteria valid dan seluruh variabel memiliki reliabilitas atau konsistensi pengukuran yang baik.

Berdasarkan model struktural untuk menganalisis pengaruh antara *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *rating*, *review*, dan *attitude to use* terhadap *mobile application* dan *intention to use*. Maka, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Perceived usefulness* tidak memiliki pengaruh terhadap *attitude to use mobile application*. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi ETOBEE tidak memberikan keinginan untuk menggunakan *mobile application* ETOBEE karena pebisnis *online* merasa ETOBEE tidak terlalu memberikan manfaat bagi pengguna sebab pebisnis *online* sudah memiliki jasa pengiriman yang sudah dipercaya dan dirasa lebih berkualitas dibandingkan ETOBEE yang dikategorikan sebagai aplikasi baru.
2. *Perceived ease of use* memiliki pengaruh yang positif terhadap *attitude to use mobile application*. Kemudahan dalam menggunakan *mobile application* ETOBEE mempengaruhi sikap seseorang dalam menggunakan *mobile application* ETOBEE. Hal tersebut dikarenakan adanya aplikasi

ETOBEE pada *smartphone* mudah untuk digunakan *customers* memiliki respon yang baik terhadap ETOBEE. Banyaknya hal – hal positif mengenai ETOBEE di media sosial dan dikalangan masyarakat membuat *customers* ingin menggunakan aplikasi sebab untuk mengirimkan barang dianggap lebih mudah menggunakan aplikasi dibandingkan harus berjalan ke tempat pengiriman.

3. *Rating* memiliki pengaruh yang positif terhadap *attitude to use mobile application*. Hal ini menunjukkan bahwa ulasan menggunakan symbol lebih memudahkan *customers* untuk memberikan penilaian positif terhadap sebuah aplikasi, *customers* sudah dapat memutuskan aplikasi tersebut baik dan terpercaya dengan melihat jumlah penilaian pada aplikasi tersebut.
4. *Review* memiliki pengaruh yang positif terhadap *attitude to use mobile application*. Hal ini menunjukkan bahwa *customers* melihat dan membaca ulasan yang diberikan oleh pengguna lainnya, sebagai bahan pertimbangan untuk keinginan menggunakan mobile aplikasi ETOBEE sebab dengan hal tersebut pengguna lebih mempercayai aplikasi tersebut melalui ulasan yang diberikan pengguna yang telah menggunakan aplikasi tersebut dibandingkan dengan mendengarkan pendapat orang lain yang belum pernah menggunakan langsung aplikasi ETOBEE.
5. *Attitude to use mobile application* memiliki pengaruh terhadap *Intention to use mobile application*. *attitude toward to use mobile application* berperan sebagai variable mediasi *perceived usefulness, rating, review* terhadap *intention to use mobile application* semakin baik persepsi dan penilaian

customers akan aplikasi ETOBEE maka *customers* akan mengembangkan sikap yang baik untuk menggunakan layanan aplikasi ETOBEE dan akhirnya timbul keinginan untuk menggunakan aplikasi tersebut.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *intention to use mobile application* dipengaruhi oleh *attitude to use mobile application*, sedangkan *attitude to use mobile application* dipengaruhi oleh *perceived ease of use*, *rating* dan *reviews*. Selain itu *perceived usefulness* tidak memiliki pengaruh terhadap *attitude to use mobile application*. maka saran yang dapat disampaikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Aplikasi ETOBEE telah dianggap memberikan kemudahan bagi pelaku bisnis *online* dalam hal pengiriman barang. Hanya saja harus lebih disosialisasikan kelebihan dan kemudahan dari aplikasi tersebut. dalam hal penyampaian tentang kelebihan aplikasi tersebut, maka perusahaan harus melakukan promosi secara besar-besaran dengan mengalokasikan dana promosi-promosi pada divisi *marketing*. ETOBEE dapat membuat promosi – promosi menarik, memasang iklan pada media *online* tentang kemudahan menggunakan aplikasi ETOBEE. Iklan pada baliho ataupun pada media lainnya bisa berupa video tutorial atau tulisan dan gambar yang mengedepankan

kelebihan dan kemudahan aplikasi ETOBEE dengan jasa pengiriman lainnya.

2. *Rating* merupakan penilaian yang dibuat oleh *customers* sebelum mengunduh aplikasi. perusahaan dapat mengajak *customer* untuk melakukan penilaian *rating* dengan memberikan promo tersendiri berupa hadiah gratis sekali pengiriman barang dengan jarak tertentu atau *discount voucher* belanja di Supermarket Carrefour untuk pembelanjaan.

3. *Review* merupakan ulasan yang diberikan oleh *customers* tentang pengalaman pengguna yang telah memakai jasa pengiriman ETOBEE. Oleh karena itu ETOBEE seharusnya meningkatkan kualitas, sistem dan SDM agar *customers* memiliki kepuasan terhadap ETOBEE, sehingga *customers* akan merasa puas dengan layanan dan akan memberikan ulasan yang baik untuk meningkatkan pengguna aplikasi ETOBEE, karena melihat pengalaman orang lain yang baik dengan menggunakan jasa pengiriman ETOBEE. Perusahaan juga dapat memberikan kolom untuk berkomunikasi langsung dengan *customers* sebagai layanan untuk menerima kritikan dan saran bagi perusahaan.

4. Dari sisi lain untuk meningkatkan *customers* menggunakan aplikasi ETOBEE perlu promosi yang berbeda seperti promosi “*Save Your Pet*” menunjukkan kasih sayang kepada hewan peliharaan dengan memberikan keamanan dan terjaminnya saat mengirimkan hewan ke *customers* sebab disaat ini kurangnya kepercayaan *customers* terhadap pengiriman hewan jika ingin dikirimkan ke tempat yang dituju. Promosi *Save Your Pet* ini dapat bekerjasama dengan dokter hewan sehingga ketika berbisnis *online* ingin mengirimkan hewan ke *customers* maka melalui ETOBEE akan dilakukan pengecekan kondisi hewan sehingga sampai pada *customers* kondisi hewan dalam keadaan baik dan hal tersebut didukung dengan pelayanan *special* khusus hewan yang ditangani dengan profesional.

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Pada penelitian ini membahas tentang *mobile application* ETOBEE khusus fitur jasa pengiriman barang. *Mobile application* ETOBEE memiliki 3 fitur (layanan), yakni *bike, van, truck*. Penelitian selanjutnya dapat meneliti *intention to use mobile application* ETOBEE pada layanan ETOBEE selain jasa pengiriman barang.
2. Responden pada penelitian ini adalah *customers* yang mengunduh *mobile application* ETOBEE dan mengoperasikannya namun belum pernah melakukan transaksi.

Pada penelitian selanjutnya dapat memiliki responden yang telah mengunduh *mobile application* ETOBEE dalam periode tertentu sehingga dalam melihat perbedaan *consumer behavior* ETOBEE yang telah mengunduh. Sehingga kita dapat melihat perilaku konsumen dalam penggunaan *application* ETOBEE. Untuk itu peneliti selanjutnya dapat menambah *screening question* responden yang telah mengunduh (*download*) *mobile application* ETOBEE.



UMN