



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

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) untuk menguji pengaruh *compatibility*, *perceived ease of use*, *convenience*, *perceived usefulness* dan *content richness* terhadap *intention to subscribe e-book reader*, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Perceived ease of use* tidak mempengaruhi *perceived usefulness* secara signifikan dengan *standardized coefficients* yang bernilai 0.095 dan P value yang bernilai 0.872. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kemudahan dalam mengoperasikan SCOOP tidak meningkatkan manfaat dan kegunaan dalam menggunakan SCOOP. Hal ini disebabkan karena mayoritas responden yang menghabiskan waktu 2 - 4 jam dalam seminggu terakhir untuk membaca buku fisik yang memiliki kepentingan atas profesinya sebagai mahasiswa.
2. *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *intention to subscribe e-book reader* dengan *standardized coefficients* yang bernilai 0.701 dan P value yang bernilai 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak manfaat dan kegunaan dari SCOOP akan mempertinggi kecenderungan responden untuk mau berlangganan SCOOP Premium.
3. *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *convenience* dengan *standardized coefficients* yang bernilai 0.845 dan P value yang bernilai 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kenyamanan responden akan semakin kuat jika SCOOP mudah untuk digunakan.

4. *Convenience* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* dengan *standardized coefficients* yang bernilai 0.360 dan P value yang bernilai 0.044. Hal ini menunjukkan bahwa semakin nyaman responden dalam menggunakan SCOOP maka semakin tinggi manfaat dan kegunaan dari SCOOP.
5. *Convenience* tidak mempengaruhi *intention to subscribe e-book reader* secara signifikan dengan *standardized coefficients* yang bernilai 0.085 dan P value yang bernilai 0.623. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya tingkat kenyamanan dalam menggunakan SCOOP tidak meningkatkan kecenderungan responden untuk mau berlangganan SCOOP Premium. Hal ini disebabkan oleh ketidaknyamanannya pembayaran yang ditawarkan oleh SCOOP.
6. *Compatibility* berpengaruh positif terhadap *perceived ease of use* dengan *standardized coefficients* yang bernilai 0.959 dan P value yang bernilai 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan responden dalam menggunakan SCOOP akan semakin kuat jika SCOOP sesuai dengan gaya hidup responden yang modern, sesuai dengan kebutuhan membaca, menyediakan bahan bacaan yang digemari dan menunjang aktivitas membaca responden.
7. *Compatibility* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *perceived usefulness* dengan *standardized coefficients* yang bernilai 0.203 dan P value yang bernilai 0.705. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya tingkat kesesuaian SCOOP dengan gaya hidup responden tidak meningkatkan manfaat dan kegunaan dari menggunakan SCOOP. Hal ini disebabkan oleh hampir setengah dari total responden mengakses SCOOP melalui *smartphone* yang memiliki tampilan yang lebih kecil dari buku fisik pada umumnya.

8. *Compatibility* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *intention to subscribe e-book reader* dengan *standardized coefficients* yang bernilai 0.053 dan P value yang bernilai 0.754. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya tingkat kesesuaian SCOOP dengan gaya hidup responden tidak meningkatkan kecenderungan responden untuk mau berlangganan SCOOP Premium. Hal ini disebabkan oleh konsumen tidak bisa lagi membaca ulang buku yang telah dibaca ketika masa berlangganan SCOOP habis.
9. *Content richness* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* dengan *standardized coefficients* yang bernilai 0.677 dan P value yang bernilai 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat manfaat dan kegunaan SCOOP akan semakin tinggi jika SCOOP menyediakan bahan bacaan yang banyak.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis hasil penelitian yang sudah dipaparkan sebelumnya, peneliti berharap hasil penelitian tersebut dapat bermanfaat bagi kemajuan SCOOP dan juga kepada peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melanjutkan penelitian dengan topik yang sama agar bisa mendapatkan hasil yang baru dan lebih dalam serta bermanfaat.

5.2.1 Saran untuk Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti mengajukan saran bagi SCOOP sebagai berikut:

1. Ada baiknya SCOOP memberikan fitur kustomisasi pada pengguna baru saat pertama kali menggunakan SCOOP mengenai jenis buku apa yang digemari sehingga untuk kedepannya, SCOOP hanya akan memberikan tayangan mengenai buku - buku yang disukai oleh pengguna baru

tersebut pada halaman terdepan dengan tujuan pengguna SCOOP menjadi tertarik untuk membaca lebih banyak jenis buku yang disukainya.

2. Ada baiknya SCOOP menyediakan fitur notifikasi atas terbitnya majalah edisi terbaru atau buku terbaru dari penulis yang pernah dibacanya. Hal ini bertujuan sehingga pengguna SCOOP menjadi update atas bahan bacaan yang serupa dan pernah dibacanya.
3. Ada baiknya SCOOP memberikan tutorial singkat mengenai fitur - fitur yang disediakan oleh SCOOP saat diawal pertama kali SCOOP digunakan oleh pengguna baru. Fitur tersebut antara lain ialah *bookmarking* dan *sunset mode*.
4. Ada baiknya SCOOP memberikan fitur review dan komentar yang terintegrasi dengan aplikasi review buku terkenal seperti Goodreads. Dengan demikian, pengguna SCOOP menjadi mudah untuk tahu buku-buku apa saja yang bagus untuk dibaca dan tertarik untuk membaca lebih banyak buku yang disediakan oleh SCOOP Premium.
5. Ada baiknya SCOOP bekerja sama dengan penulis ataupun penerbit untuk menerbitkan buku - buku baru lebih awal di SCOOP daripada di toko buku sehingga pengguna memiliki keuntungan untuk dapat mengaksesnya lebih cepat.
6. Ada baiknya SCOOP mengingatkan pengguna yang sudah menggunakan SCOOP selama lebih dari satu bulan bahwa bahan bacaan yang telah diunduh dapat dibaca tanpa memerlukan kuota internet kapan pun dan dimana pun pengguna berada.

7. Ada baiknya SCOOP memberikan fitur *permanent bookmark* untuk bahan bacaan SCOOP Premium. Bahan bacaan yang telah diakses selama berlangganan SCOOP Premium tidak akan bisa diakses kembali ketika masa berlangganan habis. Hal ini akan menyulitkan pengguna yang sudah tidak berlangganan untuk dapat *me-review* kembali point penting yang telah dibacanya. Jika SCOOP memberikan masing-masing bahan bacaan SCOOP Premium 5 kuota halaman yang dapat di-bookmark dan diakses kembali disaat masa berlangganan habis, tingkat manfaat dan kegunaan SCOOP dalam menambah wawasan pembaca akan naik dan berujung pada kecenderungan untuk mau berlangganan kembali demi mendapatkan wawasan baru di masa depan.
8. Ada baiknya SCOOP mengadakan iklan yang mengajak masyarakat Indonesia untuk gemar membaca di tempat dimana masyarakat menghabiskan waktu seperti di gerbong *commuter line*. Hal ini bertujuan agar calon pengguna maupun pengguna SCOOP dapat terdorong untuk menjadikan membaca sebagai kebiasaan utama ketika sedang berada di *commuter line* dan tertarik untuk berlangganan SCOOP Premium demi membaca bahan bacaan yang lebih banyak.
9. Ada baiknya SCOOP mengadakan iklan yang menegaskan perbandingan harga antara harga berlangganan SCOOP per bulan dengan harga buku atau majalah pada umumnya. Dengan demikian, pengguna merasa diuntungkan oleh manfaat dari berlangganan SCOOP Premium.
10. Ada baiknya SCOOP bekerja sama juga dengan penerbit luar negeri agar dapat mempublikasi bahan bacaan yang lebih banyak dan beragam.

5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti mengajukan saran bagi penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Penelitian ini terbatas pada hubungan antar variabel *compatibility*, *perceived ease of use*, *convenience*, *perceived usefulness*, dan *content richness* dengan *intention to subscribe e-book reader*.

Pada penelitian selanjutnya, variabel penelitian dapat ditambahkan lagi dengan variabel-variabel baru seperti *perceived cost* yang mempengaruhi secara negatif penggunaan *M-commerce* di Malaysia (Wei et al., 2009). Penambahan variabel ini dapat memberikan hasil yang lebih dalam mengingat harga berlangganan SCOOP Premium yang sebesar Rp 89,000/bulan.

2. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan kembali pada produk inovasi atau teknologi baru lainnya yang akan muncul di masa depan dengan menerapkan model penelitian yang sama pada objek lain. Hal ini bisa dilakukan karena inti dari hasil penelitian ini sesungguhnya adalah mempelajari faktor - faktor apa saja yang mempengaruhi seseorang untuk mengadopsi sistem tertentu.
3. Penelitian ini memiliki responden yang sudah paham mengenai cara kerja SCOOP, sudah pernah membaca bahan bacaan melalui SCOOP, namun tidak semua responden sudah pernah melakukan transaksi pembayaran di aplikasi SCOOP. Penelitian selanjutnya sebaiknya dapat menerapkan *screening* yang mengharuskan responden untuk melakukan transaksi pembayaran terlebih dahulu di aplikasi SCOOP agar dapat mengukur *convenience* dengan lebih baik.