



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 pengolahan data responden dan analisa hasil penelitian *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan software AMOS versi 22 terhadap hubungan antara variabel Perceived Ease Of Use terhadap Perceived Usefulness, Attitude Towards Use terhadap Intention To Use, Perceived Trust terhadap Attitude Towards Use, Perceived Risk terhadap Intention to Use, dan Perceived Trust terhadap Perceived Ease Of Use, maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness mobile application* dengan *standardized coefficient* yang bernilai 0,602 dan P Value 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa jika seseorang merasakan kemudahan dalam menggunakan fitur Go-Pay maka orang tersebut akan percaya bahwa fitur Go-Pay tersebut bermanfaat sehingga dapat meningkatkan kinerja dan produktivitasnya sehari-hari.
2. *Perceived ease of use* tidak mempengaruhi *attitude towards use* secara signifikan dengan *standardized coefficient* yang bernilai 0,239 dan P Value 0,071. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan yang dirasakan saat menggunakan fitur Go-Pay tidak secara langsung mempengaruhi sikap seseorang terhadap penggunaan fitur Go-Pay tersebut.
3. *Perceived usefulness* tidak mempengaruhi *attitude towards use* secara signifikan dengan *standardized coefficient* yang bernilai 0,006 dan P

Value 0,971. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan saat menggunakan fitur Go-Pay tidak mempengaruhi sikap seseorang terhadap penggunaan fitur Go-Pay tersebut.

4. *Attitude towards use* berpengaruh positif terhadap *intention to use* dengan *standardized coefficient* yang bernilai 0,575 dan P Value 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa sikap seseorang untuk menggunakan Go-Pay akan mempengaruhi niat dari orang tersebut untuk menggunakan Go-Pay.
5. *Perceived trust* berpengaruh positif terhadap *attitude toward use* dengan *standardized coefficient* yang bernilai 0,847 dan P Value 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang terhadap Go-Pay maka hal tersebut akan mempengaruhi sikap orang tersebut untuk menggunakan Go-Pay.
6. *Perceived risk* berpengaruh negatif terhadap *intention to use* dengan *standardized coefficient* yang bernilai -0,487 dan P Value 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi risiko yang terdapat ketika menggunakan Go-Pay maka semakin rendah niat seseorang untuk menggunakan fitur Go-Pay tersebut. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah risiko dalam menggunakan Go-Pay maka semakin tinggi niat seseorang untuk menggunakan fitur Go-Pay tersebut.
7. *Perceived usefulness* tidak mempengaruhi *intention to use* secara signifikan dengan *standardized coefficient* yang bernilai -0,037 dan P Value 0,843. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan saat menggunakan fitur Go-Pay tidak mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan fitur Go-Pay tersebut.

8. *Perceived trust* berpengaruh positif terhadap *perceived ease of use* dengan *standardized coefficient* yang bernilai 0,897 dan P Value 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang terhadap Go-Pay maka hal tersebut akan mempengaruhi kepercayaan bahwa Go-Pay itu mudah untuk digunakan.
9. *Perceived trust* tidak mempengaruhi *perceived risk* dengan *standardized coefficient* yang bernilai 0,087 dan P Value 0,573. Hal ini menjelaskan bahwa tingkat kepercayaan seseorang terhadap Go-Pay tidak mempengaruhi risiko yang muncul saat menggunakan Go-Pay.

5.2 Saran

Dengan adanya penelitian ini maka peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan manfaat lebih terutama untuk PT Gojek Indonesia dan perusahaan sejenis yang bergerak di bidang transportasi dan jasa online dengan menerima saran yang diberikan untuk perusahaan sebagai masukan dari penulis. Peneliti juga berharap kepada peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melanjutkan penelitian dengan objek yang sama yaitu Go-Pay agar dapat memperbaiki serta mengembangkan penelitian ini guna mendapatkan hasil baru yang lebih mendalam dan bermanfaat.

5.2.1 Saran untuk perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti mengajukan beberapa saran bagi PT Gojek Indonesia sebagai berikut:

1. Ada baiknya jika PT Gojek Indonesia dapat memberikan perhatian dan pengawasan lebih serta kontrol yang ketat terhadap pihak internal Go-Jek sendiri. Kejadian yang menimpa pengguna Go-Pay baru-baru ini

disebabkan oleh pengguna Go-Pay yang baru saja mengisi data identitas sebagai pengguna Go-Pay mendapatkan telepon dari pihak Go-Jek untuk memberitahu nomor kode verifikasi tersebut. Dalam permasalahan ini kemungkinan besar telepon berasal dari oknum internal Go-Jek dikarenakan penelepon mengetahui nomor telepon pengguna yang baru saja mendapatkan nomor verifikasi.

2. Go-Jek harus cepat tanggap dalam menangani masalah yang dikeluhkan konsumen pengguna Go-Pay. Go-Jek harus menambah tenaga layanan konsumen dan bertanggung jawab atas kerugian yang disebabkan oleh kesalahan operasional Go-Pay agar membuat pengguna Go-Jek menjadi merasa aman dan nyaman dalam menggunakan Go-Pay dan meningkatkan kepercayaan konsumen atas fitur Go-Pay dan Go-Jek secara keseluruhan.
3. Ada baiknya jika Go-Pay menambah tenaga IT yang handal demi menurunkan risiko atas error atau kesalahan operasional Go-Pay yang dapat menyebabkan hilangnya saldo pengguna Go-Pay yang mana implikasinya dapat meningkatkan niat konsumen untuk menggunakan Go-Pay.
4. Sebagai media promosi Go-Jek dapat menyediakan bentuk promosi berupa iklan di televisi untuk lebih spesifik menargetkan generasi X yang masih banyak menonton televisi dibandingkan generasi Net. Iklan dapat dibuat dengan memperlihatkan proses penggunaan Go-Pay yang mudah, tidak berbelit-belit, serta manfaat-manfaat lainnya disamping potongan harga yang besar untuk mengedukasi dan memberikan pemahaman kepada

penonton bahwa penggunaan Go-Pay itu mudah dan banyak manfaat yang akan didapatkan.

5. Jika dilihat dari sisi *driver* Go-Jek, banyak calon pengguna Go-Pay yang mau mencoba layanan Go-Pay dengan melakukan top-up via *driver*. Akan tetapi mereka gagal untuk melakukan pengisian saldo dikarenakan *driver* tidak memiliki cukup uang di rekeningnya untuk melakukan pengisian saldo pelanggan. Sebagai penyempurnaan ada baiknya perusahaan Go-Jek menargetkan setiap *driver* untuk memiliki jumlah saldo minimal sebanyak nilai nominal yang ditentukan pada rekening mereka masing-masing agar kemudian akan mempermudah proses pengisian saldo Go-Pay pengguna Go-Jek melalui *driver* Go-Jek.

5.2.2 Saran untuk penelitian selanjutnya

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

1. *Sampling technique* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dan *convenience sampling*. Peneliti mengambil daerah Jakarta Barat, Jakarta Pusat, Jakarta Utara, dan Jakarta Selatan untuk merepresentasikan keseluruhan populasi penelitian dikarenakan keterbatasan waktu, tempat, biaya, dan fisik, serta demi kemudahan proses pengambilan sampel dari populasi yang sangat banyak. Untuk penelitian selanjutnya ada baiknya peneliti mengambil sampel dari keseluruhan cakupan daerah Jakarta, termasuk Jakarta Timur untuk lebih memperkuat hasil penelitian dan membuatnya lebih objektif.

2. Proses pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan media kuisioner dengan skala likert 7. Dalam prakteknya peneliti mengumpulkan data dengan cara membacakan pertanyaan-pertanyaan yang terdapat di dalam kuisioner untuk ditanyakan secara verbal kepada responden. Kemungkinan responden akan terdistraksi dan akhirnya memberikan jawaban menurut pola pikir peneliti, dan bukan benar-benar berdasarkan hasil pemikiran responden. Untuk penelitian selanjutnya ada baiknya peneliti memberikan responden untuk mengisi sendiri kuisioner yang diberikan agar jawaban dan data yang diperoleh benar-benar merupakan hasil pemikiran responden tanpa terpengaruh dari pihak manapun.
3. Peneliti mengumpulkan data dengan cara mendatangi dan menunggu di terminal-terminal dan halte-halte bus pada hari dan jam sibuk dimana sebagian besar responden berada dalam keadaan terburu-buru sehingga dikhawatirkan akan memberikan data atau menjawab tidak dengan sebenarnya. Untuk penelitian selanjutnya ada baiknya peneliti menghindari proses pengumpulan data dari responden yang sedang sibuk dan terburu-buru agar memperoleh hasil yang benar-benar sesuai dengan pemikiran responden.