

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Peneliti telah mengolah data hasil dari kuisioner yang disebarluaskan melalui *Google Form*, dengan materi pengaruh antara *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Perceived Risk*, *Perceived Cost* terhadap *Behavioral Intention*. Dengan objek penelitian terhadap perusahaan Go-Jek yang memiliki Fitur Go-Food. Dengan total responden sebanyak 100 orang. Dari objektif penelitian yang berjudul “Pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Perceived Risk*, *Perceived Cost* terhadap *Behavioral Intention* pada GoFood”. Banyak kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil dari kuisioner yang disebarluaskan untuk mencari 100 responden, yang telah mengisi kuisioner tersebut sebagai berikut:
 - a. Responden yang mengisi kuisioner yang terdiri dari 84 orang berjenis kelamin laki-laki dan 16 orang yang berjenis Perempuan atau Wanita. Sehingga dari responden tersebut yang mengisi kuisioner mayoritas berjenis kelamin laki-laki.
 - b. Responden yang mengisi kuisioner dari 100 responden, mayoritas dari usia responden yaitu rentang dari 23-28 Tahun atau berada di usia produktif.
 - c. Responden yang mengisi kuisioner dari 100 responden mayoritas dari Pendidikan terakhir responden adalah Sarjana (S1)
2. Berdasarkan hasil olahan data, terdapat kesimpulan yang bisa diputuskan mengenai hipotesis yang diteliti yaitu:

- a. H_1 : *Performance Expectancy* memiliki pengaruh secara positif terhadap *Behavioral Intention* pada GoFood. Dari Hipotesis H_1 ini dapat dibuktikan dengan melakukan pengujian dari uji t. Dari hasil uji t tersebut menghasilkan t-hitung sebesar 2.356 yang membuktikan bahwa Nilai signifikansi variabel *Performance Expectancy* (PE) sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Performance Expectancy* (PE) berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*, atau H_1 diterima.
- b. H_2 : *Effort Expectancy* memiliki pengaruh secara positif terhadap *Behavioral Intention* pada GoFood. Dari hasil hipotesis yang telah di uji, H_2 menyimpulkan bahwa dengan nilai t-hitung sebesar 5.096. oleh sebab itu dibandingkan nilai signifikansi variabel *Effort Expectancy* (EE) sebesar 0,46 atau lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Effort Expectancy* (EE) memiliki berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*, atau H_2 diterima .
- c. H_3 : *Perceived Risk* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* pada GoFood. Hasil dari Uji t-hitung pada H_3 sebesar 2.019. oleh sebab itu, jika dibandingkan nilai signifikansi variabel *Perceived Risk* (PR) sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Perceived Risk* (PR) berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*, atau H_3 diterima.
- d. H_4 : *Perceived Cost* memiliki pengaruh yang signifikan secara negatif terhadap *Behavioral Intention* pada GoFood. Dari hasil Uji t-hitung yang diolah menghasilkan sebesar -3.707. oleh sebab itu dibandingkan nilai

signifikansi variabel *Perceived Cost* (PC) sebesar 0,10 atau lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Perceived Cost* (PC) berpengaruh signifikan secara negatif terhadap *Behavioral Intention*, atau H4 diterima

1.2 Saran

1.2.1 Saran untuk Perusahaan Go-Jek pada Fitur GoFood

Berdasarkan dari kesimpulan penelitian ini, banyak saran atau masukan yang semoga bisa diterima oleh perusahaan Go-Jek dari peneliti yaitu :

1. Peneliti memberikan saran kepada perusahaan untuk mengembangkan dan lebih memikirkan fitur atau sebuah dinding yang sulit untuk di tembus, atau juga error yang terjadi pada fitur yang memungkinkan untuk menghilangkan uang atau saldo konsumen tanpa sebab sehingga fitur tersebut akan lebih banyak digunakan oleh konsumen sebagai sarana untuk transaksi tanpa harus mengkhawatirkan kemungkinan utetap menggunakan fitur tersebut.
2. Saran dari peneliti terhadap perusahaan yaitu, dengan mengingatkan terhadap peraturan yang berlaku pada perusahaan dan melakukan pelatihan kepada karyawan-karyawan yang bertugas untuk menjalankan fitur pesan-antar secara daring. Supaya, dapat meminimalisir kemungkinan untuk terjadinya kerusakan terhadap makanan yang diantar. Serta juga memberikan reward kepada konsumen sehingga konsumen dapat tertarik untuk tetap menggunakan fitur pesan antar GoFood tersebut.

1.2.2 Saran untuk peneliti selanjutnya

Berdasarkan dari hasil Analisa penelitian, peneliti mengharapkan bahwa hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi dan dapat berguna untuk para peneliti selanjutnya, saran dari peneliti untuk peneliti selanjutnya dengan objek *Behavioral Intention* yaitu:

1. Peneliti menggunakan 4 (empat) dimensi pada variabel *Performance Expectancy*, dari ke 4 Dimensi tersebut terdiri dari *Perceived Usefulness, Perceived Usefulness extrinsic motivation, Job-fit, Relative Advantage*. Lalu, untuk variabel *Effort Expectancy* peneliti menggunakan 3 (tiga) dimensi yang terdiri dari *Perceived Ease of use, Complexity, Ease of Use*. Pada variabel *Perceived Risk* peneliti menggunakan *Risiko finansial, Risiko produk, Risiko waktu, Risiko pengiriman*. Pada variabel *Perceived Cost*, peneliti menggunakan 3(tiga) dimensi yang terdiri dari *Money, Time, Effort*. pada variabel *Behavioral Intention* menggunakan 4(empat) dimensi yang terdiri dari *Word of Mouth, Sensitivitas harga, repeat purchasing, Loyalitas pelanggan* untuk dilakukan penelitian.
2. Penelitian ini semoga bisa dipergunakan untuk penelitian selanjutnya dengan objek pelayanan pesan antar secara daring dengan contoh, TravelokaEats, GrabFood, ShopeeFood, Astro, dan masih banyak lagi.
3. Peneliti selanjutnya dapat meneliti dengan objek skala yang lebih luas sehingga pengolahan data bisa lebih akurat dan valid.