

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari variabel independen (*Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, dan *Habit*) terhadap variabel dependen (*Continuous Use Intention*). Dalam melakukan pengujiannya, peneliti menggunakan bantuan dari IBM SPSS Statistics versi 25. Dari pengujian yang telah dilakukan, penelitian ini memperoleh hasil sebagai berikut:

1. *Performance Expectancy* berpengaruh secara positif terhadap *Continuous Use Intention* pada LINE. *Performance Expectancy* memberikan pengaruh terbesar kedua terhadap *Continuous Use Intention* pada LINE.
2. *Effort Expectancy* tidak berpengaruh secara positif terhadap *Continuous Use Intention* pada LINE.
3. *Social Influence* tidak berpengaruh secara positif terhadap *Continuous Use Intention* pada LINE.
4. *Facilitating Conditions* tidak berpengaruh secara positif terhadap *Continuous Use Intention* pada LINE.
5. *Hedonic Motivation* berpengaruh secara positif terhadap *Continuous Use Intention* pada LINE. *Hedonic Motivation* memberikan pengaruh terbesar ketiga terhadap *Continuous Use Intention* pada LINE.
6. *Habit* berpengaruh secara positif terhadap *Continuous Use Intention* pada LINE. *Habit* memberikan pengaruh terbesar kedua terhadap *Continuous Use Intention* pada LINE.

5.2 Saran

Berdasarkan isi penelitian dan juga kesimpulan yang telah dibuat, terdapat beberapa saran perbaikan yang harus dilakukan:

5.2.1 Bagi Perusahaan (LINE)

Dengan melihat hasil di penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan LINE untuk meningkatkan *Continuous Use Intention*. Terdapat beberapa saran yang terbagi dalam beberapa segi, yaitu:

1. *Performance Expectancy*

Dari segi *Performance Expectancy*, LINE dapat melakukannya dengan menambah fitur penerjemah *Artificial Intelligence* (AI) dan juga meningkatkan kecepatannya dalam mengirimkan pesan dengan memperbaiki performa aplikasi dan juga mengoptimalkan servernya.

2. *Hedonic Motivation*

Dari segi *Hedonic Motivation*, LINE dapat melakukannya dengan menambahkan stiker dan emoji yang lebih unik dan menyesuaikan dengan tren yang ada. Selain itu, LINE dapat menambahkan fitur dengan efek khusus dalam pesan yang berupa suara dan juga video.

3. *Habit*

Dari segi *Habit*, LINE dapat melakukannya dengan memberikan penghargaan berupa stiker atau tema khusus bagi para pengguna yang aktif menggunakan LINE secara rutin. Selain itu, LINE dapat melakukan pembaruan terhadap fitur maupun aplikasinya secara berkala.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan melihat hasil di dalam penelitian ini, peneliti memberikan saran yang dapat digunakan bagi peneliti selanjutnya. Terdapat beberapa saran bagi peneliti selanjutnya yang diberikan oleh peneliti, yaitu:

1. Menambahkan pertanyaan pada tahap *screening*, yaitu “Apakah terdapat orang disekitar Anda yang menggunakan LINE?”. Hal

ini dikarenakan, dalam penelitian terdapat variabel eksternal pengguna, yaitu *Social Influence*. Sehingga, dengan menambahkan pertanyaan tersebut, dapat membuat tanggapan responden menjadi lebih relevan.

2. Meningkatkan jumlah responden yang telah lolos *screening* dan memiliki niat untuk menggunakan LINE secara terus-menerus di kehidupan sehari-harinya. Hal ini dilakukan supaya mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik dari penelitian yang telah dilakukan.
3. Penelitian ini hanya menggunakan variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, dan *Habit* untuk mengetahui pengaruhnya terhadap *Continuous Use Intention*. Maka dari itu, peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel dalam UTAUT2 ataupun variabel lain untuk melakukan pengujian terhadap *Continuous Use Intention*. Variabel yang dapat ditambahkan seperti *Age* dan *Gender*. Menurut Laksono & Darma (2024), *Age* dapat mempengaruhi variabel *Effort Expectancy*. Sedangkan, menurut Radhia, et al. (2021), *Age* dapat mempengaruhi variabel *Facilitating Conditions* terhadap *Continuous Use Intention* dan juga *Gender* dapat mempengaruhi *Social Influence* terhadap *Continuous Use Intention*.