

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini menganalisis pengaruh *Perceived Technology*, *Perceived Risk*, dan *Institution-Based Trust* terhadap *Service Usage* layanan Maxim dengan *Online Trust* sebagai variabel mediasi. Berdasarkan hasil pengolahan data dan seluruh hipotesis yang dinyatakan diterima, beberapa poin kesimpulan dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Perceived Technology* terbukti memberikan pengaruh positif terhadap *Online Trust*. Hasil pengujian menunjukkan Nilai P-Value $0.048 < 0.05$ dan T-Statistic $1.976 > 1.96$ menunjukkan bahwa hubungan ini signifikan. Nilai original sample 0.132 Artinya, ketika pengguna menilai bahwa fitur serta tampilan aplikasi Maxim mudah digunakan, stabil, dan mampu memberikan pengalaman yang praktis, tingkat kepercayaan mereka terhadap layanan ikut meningkat.
2. *Perceived Risk* terbukti memiliki pengaruh Negatif dan signifikan terhadap *Online Trust*. Dapat dilihat di nilai P-Value $0.029 < 0.05$ dan T-Statistic $2.190 > 1.96$ menunjukkan bahwa hubungan keduanya secara statistik signifikan, meskipun arah pengaruhnya negatif sebagaimana terlihat dari nilai original sample -0.109 . Dengan demikian, semakin tinggi risiko yang dirasakan pengguna saat menggunakan layanan Maxim, maka tingkat kepercayaan online mereka cenderung menurun.
3. *Institution-Based Trust* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Online Trust*. Nilai P-Value $0.000 < 0.05$, T-Statistic $7.151 > 1.96$, serta original sample sebesar 0.612 menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan pengguna terhadap kredibilitas dan keandalan institusi Maxim, maka semakin besar pula kepercayaan mereka terhadap layanan yang diberikan secara online.

4. *Perceived Technology* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Service Usage*. Nilai P-Value $0.009 < 0.05$, T-Statistic $2.612 > 1.96$, serta original sample sebesar 0.156 menunjukkan bahwa semakin baik teknologi yang dirasakan pengguna baik kemudahan fitur maupun kualitas pengalaman penggunaan semakin besar kecenderungan mereka untuk terus memakai layanan Maxim.
5. Perceived Risk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Service Usage*. Nilai P-Value $0.393 > 0.05$ dan T-Statistic $0.854 < 1.96$ menunjukkan bahwa risiko yang dirasakan pengguna tidak cukup kuat untuk memengaruhi tingkat penggunaan layanan. Hal ini didukung oleh nilai original sample 0.038 yang menunjukkan hubungan yang sangat lemah.
6. *Online Trust* terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Service Usage*. Kepercayaan yang dibangun melalui interaksi pengguna dengan layanan digital menjadi faktor kunci yang mendorong mereka untuk terus memakai layanan Maxim. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Online Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan layanan, ditunjukkan oleh P-Value $0.000 < 0.05$, T-Statistic $11.590 > 1.96$, serta nilai original sample 0.730 yang mengindikasikan arah hubungan positif.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa teknologi, persepsi risiko, dan kepercayaan institusional memainkan peran penting dalam membentuk kepercayaan online, yang pada akhirnya berdampak pada intensitas penggunaan layanan Maxim.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

1. Maxim perlu menambah dan mengoptimalkan fitur keselamatan seperti berbagi perjalanan secara real-time, tombol darurat, serta verifikasi identitas pengemudi dan penumpang. Penguatan teknologi keselamatan ini penting agar pengguna merasa lebih aman, sehingga tingkat kepercayaan terhadap platform meningkat.

2. Untuk mengurangi persepsi risiko, Maxim perlu menyampaikan informasi keamanan secara lebih jelas dan mudah ditemukan oleh pengguna. Penjelasan mengenai proses verifikasi driver, perlindungan data, serta cara kerja fitur keamanan perlu disertakan dalam aplikasi. Edukasi melalui menu bantuan, pesan pengenal saat pertama kali menggunakan aplikasi, dan pemberitahuan berkala juga akan membantu pengguna memahami cara menjaga keamanan selama menggunakan layanan.
3. Maxim dapat meningkatkan kepercayaan pengguna dengan menjalin kerja sama dengan institusi terpercaya seperti lembaga pemerintah, lembaga riset, ataupun organisasi di bidang keamanan digital dan perlindungan konsumen. Keterlibatan pihak ketiga dalam audit keamanan atau evaluasi perlindungan data akan memberikan bukti objektif bahwa layanan Maxim telah dinilai oleh lembaga profesional.
4. Maxim disarankan untuk memperbaiki tampilan antarmuka aplikasi agar lebih mudah digunakan, serta memastikan sistem pemesanan dan pembayaran berjalan stabil tanpa gangguan. Komunikasi informasi perjalanan yang akurat dan real-time juga perlu ditingkatkan. Kualitas layanan digital yang baik akan mendorong peningkatan kepercayaan dan penggunaan layanan secara berulang.

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti Perceived Value, Customer Experience, atau faktor eksternal seperti promosi dan word of mouth untuk memperkaya model penelitian.
2. Penelitian dapat diperluas dengan melakukan perbandingan antara Maxim dan platform lain seperti Gojek atau Grab untuk melihat perbedaan faktor-faktor yang mempengaruhi Service Usage.
3. Penambahan jumlah sampel serta cakupan geografis yang lebih luas akan membuat hasil penelitian lebih representatif dan memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai perilaku pengguna di berbagai wilayah.