

## BAB V

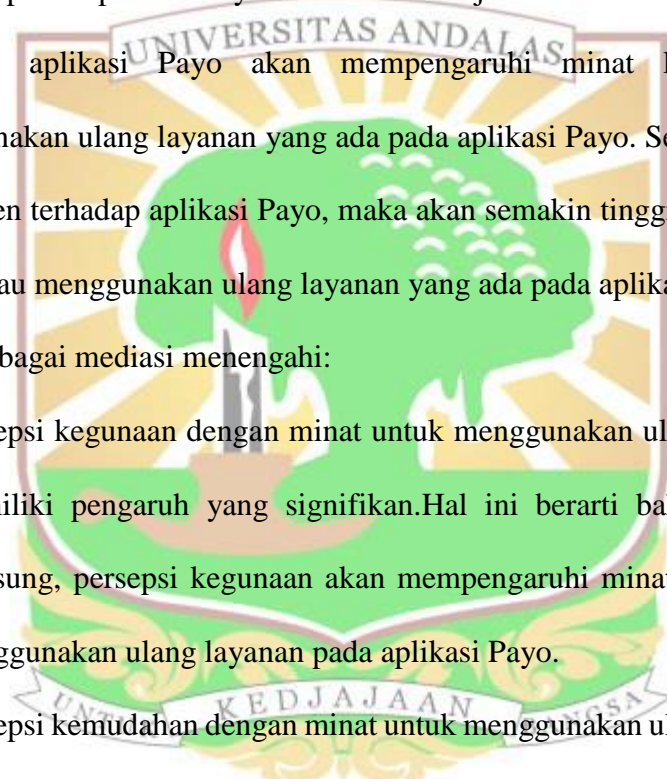
### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penjabaran pada bab IV pada hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap dalam menggunakan layanan pada aplikasi Payo. Hal ini menunjukkan bahwa jika konsumen menanggapi bahwa aplikasi Payo adalah aplikasi yang berguna untuknya, maka konsumen akan merasa senang untuk menggunakan layanan pada aplikasi Payo.
2. Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap sikap dalam menggunakan layanan aplikasi Payo. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan dari sistem pada aplikasi Payo akan menimbulkan sikap positif konsumen terhadap aplikasi Payo.
3. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap sikap dalam menggunakan aplikasi Payo. Artinya, jika konsumen percaya bahwa aplikasi Payo dapat diandalkan dan berkomitmen untuk selalu mengutamakan konsumen, maka konsumen akan senang menggunakan layanan pada aplikasi Payo.
4. Hambatan tidak berpengaruh terhadap sikap dalam menggunakan aplikasi Payo. Hal ini menunjukkan bahwa sikap konsumen saat menggunakan aplikasi Payo tidak terpengaruhi oleh hambatan.

5. Hambatan berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan ulang layanan pada aplikasi Payo. Hal ini menunjukkan bahwa minat konsumen untuk mau menggunakan ulang layanan pada aplikasi Payo akan dipengaruhi oleh hambatan.
6. Sikap berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan ulang layanan pada aplikasi Payo. Hal ini menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap aplikasi Payo akan mempengaruhi minat konsumen untuk menggunakan ulang layanan yang ada pada aplikasi Payo. Semakin baik sikap konsumen terhadap aplikasi Payo, maka akan semakin tinggi minat konsumen untuk mau menggunakan ulang layanan yang ada pada aplikasi Payo.
7. Sikap sebagai mediasi menengah:
  - a. Persepsi kegunaan dengan minat untuk menggunakan ulang aplikasi Payo memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini berarti bahwa secara tidak langsung, persepsi kegunaan akan mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan ulang layanan pada aplikasi Payo.
  - b. Persepsi kemudahan dengan minat untuk menggunakan ulang aplikasi Payo memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung persepsi kemudahan akan mempengaruhi minat konsumen untuk menggunakan ulang aplikasi Payo. Jika konsumen menganggap bahwa aplikasi Payo adalah sistem yang mudah, maka minat konsumen untuk menggunakan ulang layanan aplikasi Payo akan tinggi.



- c. Kepercayaan dengan minat untuk menggunakan ulang aplikasi Payo memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen terhadap aplikasi Payo akan mempengaruhi minat konsumen untuk mau menggunakan ulang layanan pada aplikasi Payo.
- d. Hambatan dengan minat untuk menggunakan ulang aplikasi Payo memiliki pengaruh yang signifikan. Artinya, secara tidak langsung hambatan juga akan mempengaruhi minat konsumen untuk menggunakan ulang layanan aplikasi Payo.
8. Temuan menarik pada penelitian ini adalah melalui pengujian secara langsung, hambatan tidak mempengaruhi sikap konsumen dalam menggunakan aplikasi Payo. Namun melalui pengujian efek tidak langsung, hambatan memiliki pengaruh terhadap minat konsumen untuk menggunakan ulang layanan pada aplikasi Payo melalui sikap. Yang artinya sikap memiliki peran mediasi antara hambatan dengan minat untuk menggunakan ulang layanan aplikasi Payo.

## 5.2 Implikasi Hasil Penelitian

Seperti yang sudah dijabarkan bahwa penelitian ini memberikan pemahaman yang bagus mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen untuk mau menggunakan ulang layanan pada transportasi *online* aplikasi Payo. Penelitian ini memiliki kontribusi yang besar bagi aplikasi Payo. Yang mana berdasarkan temuan pada penelitian ini, usaha transportasi *online* aplikasi Payo harus memperhatikan persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kepercayaan konsumen dan hambatan dalam menjalankan bisnisnya, karena hal tersebut dapat mempengaruhi

sikap konsumen terhadap aplikasi Payo yang kemudian juga akan mempengaruhi minat konsumen untuk mau menggunakan ulang layanan pada aplikasi Payo.

Aplikasi Payo harus bisa mengetahui apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumennya. Hal ini perlu mereka lakukan karena penilaian dari konsumen akan berpengaruh terhadap pencapaian kinerja dari aplikasi Payo. Jika mereka telah mampu mengenal para konsumennya, maka hal ini akan menjadi peluang bagi mereka untuk memajukan usahanya dengan menciptakan sikap konsumen yang positif dan minat menggunakan ulang terhadap layanan yang terdapat pada aplikasi Payo.

Penelitian ini juga memiliki implikasi terhadap bisnis transportasi *online* lainnya. Untuk menciptakan sikap yang baik dan minat menggunakan ulang yang tinggi, para pelaku usaha bisnis transportasi *online* harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhinya. Dengan mengetahui faktor-faktor tersebut, pelaku bisnis transportasi *online* dapat menciptakan strategi pemasaran yang baik untuk menarik konsumen. Selain itu, mereka juga harus selalu memberikan inovasi pada sistem pelayanan bisnisnya. Hal ini bertujuan agar konsumen selalu tertarik untuk mau menggunakan layanan pada usaha transportasi *online* nya.

### **5.3 Keterbatasan Dalam Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Penyebaran kuesioner yang tidak merata.

2. Penelitian ini hanya berfokus kepada variabel minat untuk menggunakan ulang yang dipengaruhi oleh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kepercayaan, hambatan dan sikap.
3. Pada penelitian ini, peneliti hanya menggunakan 130 responden yang telah menggunakan dan memesan layanan aplikasi Payo minimal 1 kali pemesanan.
4. Pada penelitian ini, fokus objek hanya kepada transportasi *online* aplikasi Payo saja, apabila ruang lingkup penelitian diperbesar seperti mencakup usaha transportasi *online* di Payakumbuh, maka implikasinya juga akan semakin besar terhadap industri transportasi *online*.

#### 5.4 Saran

Berikut saran yang dapat penulis berikan terkait dengan pengembangan penelitian dimasa yang akan datang sebagai berikut:

1. Bagi aplikasi Payo
  - a. Diharapkan aplikasi Payo dapat melengkapi katalog yang kosong dan menambah mitra dari usaha yang terkenal dikalangan orang-orang muda, seperti menambah mitra dari usaha *café-café* dan tempat kuliner yang sedang terkenal.
  - b. Diharapkan aplikasi Payo dapat memberikan promosi lebih banyak untuk menarik konsumen. Promosi yang dilakukan bisa dengan promosi online yang buat pada media-media social seperti Intagram, Facebook, TikTok dan lainnya.

- c. Diharapkan aplikasi Payo untuk menambah fitur layanan yang dapat dilakukan di aplikasi Payo. Hal ini bertujuan agar menarik minat konsumen untuk menggunakan aplikasi Payo.
- d. Diharapkan agar aplikasi Payo dapat meningkatkan fitur pembayaran onlinenya sehingga dapat mempermudah konsumen ketika ingin membayar layanan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Penelitian ini hanya berfokus kepada persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kepercayaan dan hambatan. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti variabel lain yang dapat meningkatkan minat konsumen dalam menggunakan layanan transportasi *online*.
- b. Diharapkan agar peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan objeknya, sehingga implikasi dari penelitian akan semakin besar bagi bisnis transportasi *online* yang ada.

