

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan berdasarkan penelitian sebelumnya yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas *mobile online application* di bidang *tour and travel* terhadap minat pemesanan *online* dengan *eTrust* sebagai variabel mediasi pada wisatawan pengguna salah satu aplikasi (traveloka, tiket.com, pegipegi.com). Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang dikumpulkan dengan menyebar kuesioner *online* kepada 192 responden yang pernah melakukan transaksi secara *online* pada salah satu aplikasi (traveloka, tiket.com, pegipegi.com) minimal dalam 1 (satu) tahun terakhir untuk melakukan perjalanan wisata. Hasil data yang telah dikumpulkan, diolah menggunakan program SmartPLS 2.0.

Dari hasil pengujian menggunakan program SmartPLS 2.0, maka dapat disimpulkan:

- a) Kualitas *mobile online application* mempunyai dampak positif terhadap *eTrust* (kepercayaan dalam melakukan transaksi secara *online*). Hal ini terlihat bahwa wisatawan pengguna *mobile online application* di bidang *tour and travel* mayoritas menjawab setuju dan sangat setuju pada indikator pernyataan kualitas *mobile online application* yang terdiri dari 3 dimensi yaitu *usability*, *functionality*, dan *security and privacy*. Jadi, semakin tinggi kualitas sebuah aplikasi maka akan semakin tinggi pula pengaruhnya pada tingkat kepercayaan (*eTrust*) seseorang untuk memilih aplikasi tersebut.

Dari sisi *developer* aplikasi, harus bisa mendesain aplikasi dengan kualitas terbaik dari segi kegunaannya (*usability*), fungsinya (*functionality*), dan juga segi keamanan dan privasi penggunanya (*security and privacy*) sehingga membuat penggunanya tetap percaya untuk menggunakan aplikasi tersebut sebagai alat untuk memenuhi kebutuhannya

- b) Jika wisatawan pengguna merasa percaya dengan kualitas dari suatu aplikasi *online* di bidang *tour and travel* tersebut, maka akan timbul minat untuk melakukan pemesanan secara *online* oleh wisatawan tersebut baik dalam membeli tiket pesawat ataupun memesan kamar hotel. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan pengguna aplikasi yang merasa percaya pada kualitas suatu aplikasi akan menunjukkan perilaku yang loyal seperti tetap ingin menggunakan aplikasi tersebut dalam memenuhi kebutuhannya dalam melakukan transaksi selanjutnya minimal dalam satu tahun terakhir. Dari sisi perusahaan, harus bisa menjaga kepercayaan pengguna dari segi integritas (*integrity*), kebajikan (*benevolence*), dan juga segi kemampuan (*ability*) sehingga membuat penggunanya tetap berminat untuk menggunakan aplikasi tersebut sebagai alat untuk memenuhi kebutuhannya.
- c) Kualitas suatu aplikasi *online* di bidang *tour and travel* tidak terbukti mempunyai dampak positif untuk membentuk minat pemesanan *online* oleh wisatawan pengguna aplikasi traveloka, tiket.com, dan pegipegi.com. Karena data menunjukkan perlu adanya variabel mediasi yang menghubungkan antara kualitas *mobile online application* di bidang *tour and travel* dengan minat pemesanan *online*.

5.2 Implikasi Penelitian

Temuan dalam penelitian ini mempunyai beberapa implikasi penting terhadap minat pemesanan *online* pada aplikasi (traveloka, tiket.com, pegipegi.com). Bagi pihak perusahaan dan *developer* aplikasi, dapat dijadikan acuan untuk meningkatkan kualitas *mobile online application* dan pelayanan kepada wisatawan pengguna aplikasi sehingga para pengguna merasa percaya ketika akan melakukan pemesanan *online* pada aplikasi yang digunakannya. Kebanyakan responden menganggap aplikasi yang digunakannya sudah mempunyai kualitas yang cukup baik tetapi masih ada sebagian kecil responden yang masih ragu tentang keamanan dan privasi data pengguna. Hal ini terlihat bahwa salah satu indikator dari dimensi *security and privacy* yang mempunyai nilai rata-rata terendah dibandingkan dengan total data. Kepercayaan yang didapat oleh pengguna aplikasi dalam melakukan transaksi pada aplikasi yang digunakannya tersebut tentunya akan berdampak terhadap jumlah minat pemesanan *online* pada aplikasi tersebut.

Bagi pembaca, penelitian ini dapat menjadi pedoman dalam melihat sebesar apa dampak positif kualitas *mobile online application* di bidang *tour and travel* dan terhadap minat pemesanan *online* melalui *eTrust* sebagai variabel mediasi pada wisatawan pengguna (traveloka, tiket.com, pegipegi.com).

5.4 Keterbatasan Penelitian

Setelah menyelesaikan penelitian ini, peneliti menyadari adanya beberapa keterbatasan yang dapat di perbaiki oleh peneliti selanjutnya yaitu :

- a) Penelitian ini berfokus melakukan pembahasan tentang kualitas *mobile online application* di bidang *tour and travel*, *eTrust* terhadap minat pemesanan *online* pada beberapa aplikasi di bidang *tour and travel*. Sedangkan masih terdapat variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini seperti variabel *motivation*, *online promotion*, *loyalty* dan *perceived value*.
- b) Penelitian ini mempunyai keterbatasan berupa respon bias dari responden. Maksudnya adalah informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya dikarenakan ketidakjujuran responden dalam menjawab pertanyaan maupun waktu pengisian kuesioner yang tidak tepat.. Hal ini bisa terjadi karena penyebaran kuesioner secara *online* sehingga apabila adanya ketidakmampuan responden memahami isi pertanyaan, responden tidak bisa bertanya kepada peneliti secara langsung.

5.4 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa saran yang ditujukan untuk :

1. Peneliti Selanjutnya

- a) Sebaiknya jumlah responden lebih besar sehingga didapatkan hasil yang lebih baik, mengingat penelitian ini mengumpulkan responden yang tidak terlalu banyak untuk sampel pengguna aplikasi (traveloka, pegipegi.com, tiket.com)

- b) Pengambilan data sebaiknya selalu didampingi oleh peneliti, agar dapat lebih mengontrol dan menjelaskan apabila responden tidak mengerti atau susah mengartikan maksud dari pertanyaan yang ada pada kuesioner.
- c) Menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat pemesanan seorang konsumen yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- d) Menyebarkan kuesioner secara merata pada rentang usia yang telah ditentukan, karena dalam penelitian ini responden yang paling mendominasi adalah responden yang mempunyai rentang usia 18 – 25 tahun. Hal ini bertujuan untuk dapat meningkatkan keakuratan data.
- e) Penelitian ini meneliti *mobile online application* di bidang *tour and travel* secara general, diharapkan penelitian selanjutnya dapat memfokuskan pada masing-masing aplikasi.

2. Bagi Perusahaan

- a) Diharapkan para *developer* aplikasi *online* di bidang *tour and travel* untuk lebih mengutamakan kualitas serta melakukan evaluasi dan perbaikan secara berkelanjutan agar dapat menjaga kepercayaan pengguna.
- b) Diharapkan perusahaan tetap fokus dalam menjaga kepercayaan penggunanya dalam bertransaksi pada suatu aplikasi, karena minat pemesanan akan timbul selaras dengan tingkat kepercayaan penggunanya.
- c) Diharapkan perusahaan untuk menambahkan informasi yang lebih merinci tentang pihak ketiga (asuransi) karna peneliti mengindikasikan

bahwa dengan kurangnya transparansi informasi pihak ketiga (asuransi) sehingga biaya tambahan yang dikeluarkan menjadi tidak jelas apa keuntungannya jika dibayarkan oleh konsumen sehingga menurunkan minat wisatawan atau pengguna untuk melakukan pemesanan secara *online* pada aplikasi tersebut.

d) Diharapkan perusahaan untuk menambahkan gambar-gambar serta deskripsi singkat tentang objek wisata pada setiap destinasi yang akan dituju oleh wisatawan pengguna aplikasi agar mereka dapat mengetahui dan tertarik untuk pergi ke daerah yang sebelumnya belum pernah mereka kunjungi.

e) Mengingat penelitian ini dikhususkan kepada objek wisatawan pengguna pada aplikasi (traveloka, tiket.com, pegipegi.com) tetapi hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sarana informasi bagi pelaku usaha terutama yang bergerak pada usaha *online* yang menggunakan media *mobile online application* untuk dapat memperhatikan hal-hal yang dapat mempengaruhi minat beli *online* konsumen terhadap suatu produk.

