

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan dari hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. *Habit* berpengaruh positif dan signifikan pada *perceived usefulness* menggunakan aplikasi Honda e-Care. Ini membuktikan bahwa semakin terbiasa konsumen menggunakan aplikasi Honda e-Care maka akan berdampak terhadap kegunaan dari Honda e-Care yang akan dirasakan konsumen untuk mendapatkan pelayanan konsumen yang berbasis digital.
2. *Habit* berpengaruh positif dan signifikan pada *perceived ease of use* menggunakan aplikasi Honda e-Care. Ini membuktikan bahwa semakin terbiasa konsumen menggunakan aplikasi Honda e-Care, maka akan berdampak terhadap kemudahan yang dirasakan konsumen dalam menggunakan aplikasi Honda e-Care mendapatkan pelayanan konsumen yang berbasis digital.
3. *System Quality* berpengaruh positif dan signifikan pada *perceived ease of use* menggunakan aplikasi Honda e-Care. Ini membuktikan bahwa semakin baik kualitas dari sistem yang terdapat pada aplikasi Honda e-Care, maka dapat membantu konsumen untuk merasakan kemudahan dalam menggunakan aplikasi Honda e-Care untuk mendapatkan pelayanan konsumen yang berbasis digital.

4. *System Quality* berpengaruh positif dan signifikan pada *perceived usefulness* menggunakan aplikasi Honda e-Care. Ini membuktikan bahwa semakin baik kualitas dari sistem yang terdapat pada aplikasi Honda e-Care maka dapat membantu konsumen untuk merasakan kegunaan dari aplikasi Honda e-Care untuk mendapatkan pelayanan konsumen yang berbasis digital.
5. *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan pada *perceived usefulness* menggunakan aplikasi Honda e-Care. Ini membuktikan bahwa semakin mudah menggunakan aplikasi Honda e-Care maka dapat membantu konsumen untuk merasakan kegunaan dari aplikasi Honda e-Care untuk mendapatkan pelayanan konsumen yang berbasis digital.
6. *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan pada *reuse intention* konsumen pada aplikasi Honda e-Care. Ini membuktikan bahwa semakin mudah menggunakan aplikasi Honda e-Care maka dapat berdampak pada keinginan konsumen untuk menggunakan ulang aplikasi Honda e-Care untuk mendapatkan pelayanan konsumen yang berbasis digital.
7. *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan pada *reuse intention* konsumen pada aplikasi Honda e-Care. Ini membuktikan bahwa semakin konsumen merasakan kegunaan dari aplikasi Honda e-Care maka dapat berdampak pada keinginan konsumen untuk menggunakan ulang aplikasi Honda e-Care untuk mendapatkan pelayanan konsumen yang berbasis digital.

5.2 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian yang ditemukan pada penelitian ini dapat menjadi salah satu masukan untuk perusahaan atau para pebisnis di bidang penjualan mobil dan layanan purnajual mobil.

1. *Habit* yang dimiliki akan berdampak terhadap kegunaan dan kemudahan dalam menggunakan aplikasi Honda e-Care. Pada penelitian ini ditemukan bahwa *habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, hal ini dapat dilihat pada data distribusi frekuensi jawaban responden dimana konsumen sudah terbiasa menggunakan *smartphone* untuk mengakses aplikasi Honda e-Care. Sebaiknya pihak manajemen Honda merancang strategi yang bertujuan agar kebiasaan konsumen dalam menggunakan aplikasi Honda e-Care dapat terus ditingkatkan seperti lebih mengutamakan atau mengubah semua pelayanan harus diakses secara digital terlebih dahulu. Maka ini secara tidak langsung dapat membiasakan konsumen untuk menggunakan aplikasi Honda e-Care dan merasakan kegunaan dan kemudahan dari aplikasi Honda e-Care.
2. Untuk *system quality* juga memberi pengaruh terhadap kegunaan dan kemudahan dalam menggunakan aplikasi Honda e-Care. Pada penelitian ini ditemukan bahwa *system quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, hal ini dapat dilihat pada data distribusi frekuensi jawaban responden dimana konsumen menilai bahwa Fitur dan desain sistem Honda e-Care menarik. Hal ini berdasarkan dari hasil penilaian kuesioner pada variabel *system quality* yang memiliki nilai tertinggi, ini membuktikan bahwa ketika fitur dan desain yang menarik pada aplikasi

Honda e-Care maka konsumen akan merasakan kegunaan dan kemudahan dari aplikasi Honda e-Care yang secara umum digunakan untuk memberikan pelayanan konsumen yang berbasis digital. Maka sebaiknya pihak manajemen Honda lebih memperhatikan lagi desain yang terdapat pada aplikasi Honda e-Care dan lebih memperbaharui lagi fitur yang disediakan dengan tujuan agar dapat membantu konsumen dalam memberikan pelayanan konsumen yang berbasis digital seperti aplikasi Honda e-Care yang sekarang hanya bisa diakses melalui *smartphone* dilakukan peningkatan dimana aplikasi Honda e-Care dapat di akses melalui perangkat digital lain seperti PC.

3. *Perceived ease of use* juga memiliki pengaruh pada *perceived usefulness* dan *reuse intention*. Pada penelitian ini ditemukan bahwa kemudahan dalam menggunakan aplikasi Honda e-Care berpengaruh positif dan signifikan terhadap kegunaan dan keinginan konsumen untuk menggunakan ulang aplikasi Honda e-Care. Maka sebaiknya pihak manajemen Honda lebih memperhatikan lagi informasi yang disediakan dan kejelasan dari informasi yang tersedia pada aplikasi Honda e-Care yang bertujuan agar dapat membantu konsumen dalam memberikan pelayanan konsumen yang berbasis digital seperti lebih mempersingkat lagi langkah yang harus diakses konsumen untuk mendapatkan pelayanan yang diharapkan, sehingga konsumen merasakan tidak rumit menggunakan aplikasi Honda e-Care.
4. *Perceived usefulness* juga memiliki pengaruh pada *reuse intention*. Pada penelitian ini ditemukan bahwa kegunaan dari aplikasi Honda e-Care berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan konsumen untuk

menggunakan ulang aplikasi Honda e-Care. Hal ini berdasarkan dari hasil penilaian kuesioner pada variabel *perceived usefulness* yang memiliki nilai tertinggi, ini membuktikan bahwa ketika konsumen merasakan aplikasi Honda e-Care meningkatkan efektifitas dalam pelayanan konsumen, maka konsumen akan merasakan kegunaan dan keinginan untuk menggunakan ulang aplikasi Honda e-Care yang secara umum digunakan untuk memberikan pelayanan konsumen yang berbasis digital. Maka sebaiknya pihak manajemen Honda lebih memperhatikan lagi kegunaan dari aplikasi honda e-Care yang bertujuan agar dapat membantu konsumen dalam memberikan pelayanan konsumen yang berbasis digital.

5. Dari hasil statistik deskriptif variabel penelitian, semua variabel hanya mendapatkan nilai Cukup Baik. Dapat dikatakan bahwa manfaat penggunaan aplikasi Honda e-Care ini belum sepenuhnya dirasakan oleh konsumen, sehingga niat menggunakan ulang aplikasi Honda e-Care belum optimal. Ketidakefektifan dalam suatu sistem dapat diperbaiki melalui beberapa pendekatan, antara lain pendekatan individu, pendekatan sistem, dan pendekatan individu dengan sistem. Pendekatan individu berfokus pada perbaikan yang ditujukan kepada individu, misalnya diberikan pelatihan. Pendekatan sistem melibatkan analisis menyeluruh terhadap seluruh sistem dan proses yang terlibat. Pendekatan individu dengan sistem menggabungkan kedua pendekatan sebelumnya, dengan memperhatikan baik individu maupun sistem secara keseluruhan. Hal ini mencakup memastikan bahwa perubahan individu didukung oleh struktur dan proses yang ada dalam sistem. Jika dari

segi individu/konsumen dan segi sistem dirasa tidak ada masalah, maka yang harus diperbaiki adalah interaksi antara konsumen dan sistem aplikasi Honda e-Care. Interaksi antara konsumen dengan sistem aplikasi Honda e-Care dapat ditingkatkan dengan cara mewajibkan konsumen menginstall dan menggunakan aplikasi Honda e-Care. Dengan demikian, maka Honda masih memiliki peluang untuk meningkatkan *reuse intension* aplikasi Honda e-Care.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini diharapkan dapat menjadi pelajaran bagi penelitian selanjutnya di masa yang akan datang. Beberapa keterbatasan dalam penelitian yang dapat mempengaruhi hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Faktor yang mempengaruhi *reuse intention* pada penelitian ini dibatasi pada *habit, system quality, perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Sementara itu masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi *reuse intention*.
2. Sampel penelitian ini adalah terbatas pada konsumen Honda Gajah Motor Bypass, pada penelitian selanjutnya diharapkan lebih memperluas dan menambah jumlah sampel dengan melibatkan konsumen Honda dari dealer lain.

5.4 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan oleh penulis terkait dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian mendatang diharapkan dapat menggunakan sampel yang lebih besar dan luas agar diperoleh hasil penelitian yang lebih baik, lebih bisa digeneralisasi, bisa memberikan gambaran yang lebih riil tentang *reuse intention*.
2. Penelitian mendatang diharapkan dapat menggunakan objek lain selain dealar mobil.
3. Penelitian mendatang diharapkan dapat menguji faktor lain yang dapat mempengaruhi *reuse intention*.

