

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini melibatkan sembilan variabel, yang terdiri atas *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *social influence*, *price value*, dan *habit* sebagai variabel independen, *continuance intention* sebagai variabel dependen, serta *personal innovativeness* sebagai variabel moderasi. Objek penelitian adalah mahasiswa di Kota Padang yang berasal dari Universitas Andalas, Universitas Negeri Padang, Universitas Syedza Saintika, dan Politeknik Negeri Padang, yang pernah menggunakan layanan Canva Premium. Pengumpulan data dilakukan secara *online* dan *offline* melalui kuesioner berbasis *google form* yang diakses melalui tautan yang disebar oleh peneliti. Penelitian ini mengajukan delapan hipotesis yang telah diuji dan dibuktikan melalui hasil analisis, sehingga peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. *Performance Expectancy* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention*. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan peningkatan kinerja mendorong niat penggunaan berkelanjutan.
2. *Effort Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention*, yang mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan menjadi faktor penting dalam mendorong niat untuk terus menggunakan layanan.
3. *Facilitating Conditions* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention*. Temuan ini menunjukkan bahwa ketersediaan sumber daya dan dukungan teknis belum tentu menjadi faktor penentu dalam penggunaan berkelanjutan.

4. *Hedonic Motivation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention*, yang berarti aspek kesenangan dan kenyamanan berperan dalam meningkatkan niat penggunaan berkelanjutan.
5. *Social Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention*, sehingga dukungan atau dorongan dari lingkungan sosial turut memengaruhi keputusan untuk terus menggunakan layanan.
6. *Price Value* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention*. Hal ini menunjukkan bahwa kesesuaian antara manfaat yang diperoleh dan biaya yang dikeluarkan memengaruhi niat penggunaan berkelanjutan.
7. *Habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention*, yang menandakan bahwa kebiasaan penggunaan mendorong individu untuk terus menggunakan layanan tanpa banyak pertimbangan ulang.
8. *Personal Innovativeness* sebagai variabel moderasi menunjukkan hasil bahwa variabel ini tidak mampu memoderasi pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Facilitating Conditions*, dan *Social Influence* terhadap *Continuance Intention*. Namun variabel *Personal Innovativeness* terbukti memperkuat pengaruh *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit* terhadap *Continuance Intention*. Oleh karena itu, hipotesis moderasi diterima sebagian.

5.2. Implikasi Penelitian

Penelitian ini berfokus pada mahasiswa di Kota Padang yang berasal dari Universitas Andalas, Universitas Negeri Padang, Universitas Syedza Saintika, dan Politeknik Negeri Padang, yang memiliki pengalaman menggunakan Canva Premium. Dengan menggunakan kerangka UTAUT3 dan menempatkan *personal innovativeness* sebagai variabel moderasi, penelitian ini berupaya memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai determinan niat penggunaan berkelanjutan pada kelompok

pengguna yang relatif familiar dengan teknologi. Pada penelitian ini, implikasi teoritis menunjukkan bahwa model UTAUT3 masih relevan dan mampu menjelaskan niat penggunaan berkelanjutan dalam konteks pasca-adopsi. Implikasi praktis penelitian ini menguraikan penerapan temuan penelitian yang dapat digunakan oleh pemangku kepentingan khususnya Canva sebagai panduan strategis dan dasar pengambilan keputusan di masa depan. Temuan penelitian ini memperkuat peran variabel-variabel utama seperti *performance expectancy*, *effort expectancy*, *hedonic motivation*, *social influence*, *price value*, dan *habit* dalam membentuk *continuance intention*. Selain itu, hasil moderasi *personal innovativeness* yang bersifat selektif memberikan kontribusi teoritis dengan menunjukkan bahwa karakteristik inovatif individu tidak selalu memperkuat seluruh hubungan dalam model, melainkan lebih berperan pada faktor-faktor yang bersifat intrinsik dan evaluatif. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya pengembangan teori UTAUT3, khususnya dalam menjelaskan perilaku penggunaan berkelanjutan di kalangan mahasiswa.

Berdasarkan hasil penelitian dan olah data variabel-variabel dalam penelitian ini berada pada kategori indeks yang baik. Oleh karena itu, implikasi yang diberikan tidak dimaksudkan sebagai upaya perbaikan, melainkan sebagai strategi untuk mempertahankan dan memperkuat faktor-faktor yang telah terbukti memberikan kontribusi positif terhadap niat penggunaan. Dengan demikian, implikasi penelitian ini lebih diarahkan pada upaya pemeliharaan dan penguatan strategis, bukan sebagai implikasi korektif. Hipotesis pertama yang diterima yaitu *performance expectancy* terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap *continuance intention*. Hasil analisis menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima, yang berarti *performance expectancy* berpengaruh nyata terhadap niat untuk terus menggunakan aplikasi. Secara teoretis, hal ini memperkuat kerangka UTAUT 3 yang menempatkan kegunaan serta peningkatan performa sebagai pemicu utama niat berkelanjutan. Fenomena ini mempertegas

bahwa ketika pengguna merasakan manfaat nyata bagi produktivitasnya, maka keinginan untuk tetap menggunakan teknologi tersebut akan semakin kuat. Dari sisi praktis, meskipun Canva Premium sudah dinilai baik, aspek efisiensi dalam penyelesaian pekerjaan telah terintegrasi dan dapat digarap lebih dalam. Saran bagi pengembang adalah Canva perlu fokus pada penyempurnaan fungsionalitas yang mempercepat alur kerja pengguna. Dengan memaksimalkan *performance expectancy* yang dirasakan, pengembang dapat menjamin keberlangsungan penggunaan Canva Premium secara berkelanjutan.

Kemudian, *effort expectancy* berpengaruh positif signifikan terhadap *continuance intention*. Secara teoretis, temuan ini mendukung model UTAUT 3 yang menegaskan bahwa *effort expectancy* merupakan faktor penting dalam membentuk niat pengguna untuk terus menggunakan suatu teknologi. Hal ini menandakan bahwa semakin mudah suatu sistem dipahami dan dioperasikan, semakin besar kecenderungan pengguna untuk mempertahankan penggunaannya dalam jangka panjang. Secara praktis, meskipun *effort expectancy* terhadap Canva Premium secara umum berada pada kategori yang baik, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman pengguna dalam membuat dan melihat hasil desain telah terintegrasi dan dapat ditingkatkan lagi. Untuk itu Canva perlu memperhatikan aspek kemudahan navigasi, kejelasan tampilan, serta alur penggunaan fitur agar proses desain dapat dilakukan dengan lebih intuitif, sehingga kemudahan penggunaan yang dirasakan dapat semakin mendorong keberlanjutan penggunaan Canva Premium.

Hasil penelitian selanjutnya yaitu *hedonic motivation* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *continuance intention*. Secara teoretis, temuan ini memperkuat pengembangan model UTAUT 3 yang menempatkan *hedonic motivation* sebagai faktor penting dalam mendorong keberlanjutan penggunaan teknologi. Hasil ini mengindikasikan bahwa selain manfaat fungsional, aspek kesenangan dan pengalaman emosional

positif yang dirasakan pengguna juga berperan signifikan dalam membentuk niat untuk terus menggunakan suatu sistem. Secara praktis, meskipun *effort expectancy* berada pada kategori yang baik, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman kesenangan dalam menggunakan Canva Premium telah terintegrasi dan dapat disempurnakan lagi. Canva perlu menyempurnakan aspek desain antarmuka yang menarik, interaktivitas fitur, serta pengalaman pengguna yang lebih menyenangkan agar penggunaan Canva Premium tidak hanya bersifat fungsional, tetapi juga memberikan pengalaman positif yang mendorong pengguna untuk terus menggunakannya.

Hasil penelitian selanjutnya yang membuktikan *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*, hasil penelitian secara teoretis, mendukung model UTAUT 3 yang menyatakan bahwa *social influence* memiliki peran penting dalam membentuk niat penggunaan berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa dorongan dari lingkungan sosial, termasuk rekomendasi dan eksposur melalui media sosial, dapat memperkuat kecenderungan pengguna untuk terus menggunakan suatu teknologi. Secara praktis, pengaruh *social influence* berada pada kategori yang baik, mengindikasikan bahwa peran konten media sosial dalam mendorong pengguna untuk mencoba fitur-fitur unggulan telah terintegrasi dan dapat disempurnakan lagi. Pihak Canva dapat mempertahankan strategi komunikasi dan pemasaran digital melalui konten yang informatif, interaktif, dan relevan, sehingga pengaruh sosial yang terbentuk dapat semakin mendorong keberlanjutan penggunaan Canva Premium.

Hasil penelitian *price value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*. Temuan ini mendukung pengembangan model UTAUT yang menegaskan bahwa persepsi keseimbangan antara manfaat yang diperoleh dan biaya yang dikeluarkan merupakan faktor penting dalam membentuk niat penggunaan berkelanjutan. Hasil penelitian

menyatakan bahwa ketika pengguna menilai suatu layanan memiliki nilai yang sepadan dengan harga yang dibayarkan, mereka cenderung memiliki komitmen yang lebih tinggi untuk terus menggunakan layanan tersebut. Secara praktis, *price value* Canva Premium yang berada pada kategori yang baik, menunjukkan bahwa aspek keterjangkauan harga dibandingkan platform desain lain serta kesesuaian antara layanan yang diterima dengan biaya yang dikeluarkan telah terintegrasi dan dapat disempurnakan lagi. Oleh karena itu, Canva dapat menyempurnakan strategi penetapan harga yang kompetitif, transparansi manfaat layanan, serta penawaran nilai tambah agar pengguna semakin merasakan bahwa Canva Premium memberikan nilai yang sepadan dengan biaya langganan, sehingga keberlanjutan penggunaan dapat terus ditingkatkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*. Hasil ini mendukung pengembangan model UTAUT 3 yang menegaskan bahwa *habit* merupakan determinan penting dalam mendorong keberlanjutan penggunaan teknologi. Hasil penelitian yang merepresentasikan *habit* memiliki kategori baik menunjukkan bahwa rutinitas dan konsistensi penggunaan memiliki peran yang sama kuat dalam membentuk niat pengguna untuk terus menggunakan teknologi dalam jangka panjang. Secara praktis, temuan ini mengindikasikan bahwa penggunaan Canva Premium telah terintegrasi dalam aktivitas desain pengguna secara konsisten. Oleh karena itu, Canva perlu menjaga stabilitas sistem, konsistensi fitur, serta pengalaman penggunaan yang berkelanjutan agar kebiasaan positif tersebut dapat terus dipertahankan. Upaya mempertahankan pola penggunaan yang sudah terbentuk akan membantu memastikan bahwa Canva Premium tetap menjadi pilihan utama pengguna dalam memenuhi kebutuhan desain mereka.

Kemudian hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal innovativeness* sebagai variabel moderasi berpengaruh positif dan

signifikan dalam memperkuat hubungan *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* terhadap *continuance intention*. Secara teoretis, temuan ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan model UTAUT 3 dengan menegaskan bahwa karakteristik individual, khususnya kecenderungan inovatif pengguna, berperan penting dalam memperkuat pengaruh faktor-faktor psikologis dan perilaku terhadap niat penggunaan berkelanjutan. Hasil penelitian ini menemukan bahwa pengguna dengan tingkat inovasi pribadi yang lebih tinggi cenderung lebih responsif terhadap kesenangan penggunaan, nilai harga, dan kebiasaan dalam mempertahankan penggunaan teknologi. Secara praktis, tingkat *personal innovativeness* pengguna Canva Premium secara umum berada pada kategori yang baik. Dengan demikian, pihak Canva dapat mempertahankan fitur-fitur inovatif yang lebih mudah diakses, disertai dengan panduan atau stimulasi eksploratif yang mendorong pengguna untuk bereksperimen dengan pembaruan desain, sehingga kecenderungan inovatif pengguna dapat semakin dioptimalkan dalam mendukung keberlanjutan penggunaan Canva Premium.

Disisi lain, hipotesis *facilitating conditions* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*, menunjukkan bahwa ketersediaan sumber daya, dukungan teknis, maupun infrastruktur tidak selalu menjadi faktor penentu dalam mendorong niat penggunaan berkelanjutan. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa peran *facilitating conditions* cenderung lebih dominan pada tahap adopsi awal dibandingkan pada tahap pasca-adopsi, ketika pengguna telah memiliki pengalaman dan pemahaman yang memadai. Secara praktis, hasil ini menyiratkan bahwa peningkatan fasilitas atau dukungan teknis saja belum tentu efektif dalam mempertahankan pengguna, sehingga penyedia layanan perlu lebih memfokuskan strategi pada faktor-faktor lain yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan penggunaan.

Selanjutnya, temuan penelitian ditolakanya hipotesis moderasi *personal innovativeness* pada hubungan *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating conditions*, dan *social influence* terhadap *continuance intention* menjelaskan bahwa karakteristik inovatif individu tidak selalu memperkuat seluruh determinan dalam model UTAUT3. Secara teoritis, temuan ini mengindikasikan bahwa faktor-faktor fungsional dan normatif tersebut dipersepsikan relatif seragam oleh individu dengan tingkat inovasi pribadi yang berbeda, sehingga ruang bagi *personal innovativeness* untuk berperan sebagai variabel moderasi menjadi terbatas. Dengan demikian, upaya mempertahankan pengguna tidak perlu selalu disesuaikan berdasarkan tingkat inovasi pribadi dalam aspek manfaat, kemudahan, pengaruh sosial, dan dukungan teknis, karena faktor-faktor tersebut cenderung memengaruhi niat penggunaan secara langsung tanpa dipengaruhi oleh karakteristik inovatif pengguna.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah memberikan hasil yang jelas, namun tetap memiliki keterbatasan tertentu. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya dapat menggunakan keterbatasan ini sebagai panduan untuk melakukan perbaikan dan pengembangan agar penelitian berikutnya mencapai hasil yang lebih optimal. Berikut keterbatasan tersebut dituangkan:

1. Penelitian ini hanya melibatkan mahasiswa yang pernah menggunakan Canva Premium di Kota Padang, khususnya yang berasal dari Universitas Andalas, Universitas Negeri Padang, Universitas Syedza Saintika, dan Politeknik Negeri Padang. Keterbatasan ini sulit untuk menggeneralisasikan hasil penelitian ke populasi mahasiswa yang luas di Kota Padang maupun luar Kota Padang.
2. Penelitian ini hanya mengkaji pengaruh pada konstruk UTAUT3 terhadap *continuance intention* dengan *personal innovativeness*

sebagai moderasi, sehingga faktor lain yang berpotensi memengaruhi *continuance intention* belum dianalisis.

3. Desain penelitian bersifat *cross-sectional*, sehingga belum mampu menggambarkan perubahan *continuance intention* dari waktu ke waktu.

5.4. Saran Penelitian

1. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan responden dan wilayah penelitian agar hasil penelitian lebih dapat digeneralisasikan.
2. Penelitian berikutnya dapat menggunakan objek penelitian lain untuk menguji konsistensi hasil pada konteks yang berbeda.
3. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel di luar UTAUT3 serta mengukur perilaku penggunaan aktual guna memperkaya model penelitian.
4. Penelitian berikutnya disarankan menggunakan desain longitudinal untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai penggunaan berkelanjutan.

