

## **BAB 5**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini diadakan dengan tujuan untuk menguji faktor-faktor yang memengaruhi *intention to use* fitur jasa *house cleaning* pada *mobile application*. Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa dari 349 data, responden terbanyak adalah wanita, usia responden terbanyak di antara 20 sampai 29 tahun, pendidikan terakhir responden terbanyak adalah D3/D4/S1, pekerjaan responden terbanyak adalah pegawai/karyawan swasta, pendapatan tiap bulan responden terbanyak lebih dari 10 juta rupiah, dan responden terbanyak tinggal di Jakarta Selatan. Semua variabel dalam penelitian ini beserta indikatornya valid dan reliabel.

Hasil uji model *Structural Equation Modeling* adalah sebagai berikut. *Familiarity* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *trust*. *Perceived usefulness* memiliki pengaruh signifikan secara positif terhadap *trust*. *Perceived ease of use* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *trust*. *Perceived security* memiliki pengaruh signifikan secara positif terhadap *trust*. *Trust* memiliki pengaruh signifikan secara positif terhadap *intention to use*. *Familiarity* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *intention to use*, baik secara langsung, maupun secara tidak langsung melalui *trust* sebagai mediator. Secara langsung, *perceived usefulness* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *intention to use*, tetapi secara tidak langsung melalui *trust* sebagai mediator, *perceived usefulness* memiliki pengaruh signifikan terhadap *intention to use*. *Perceived ease of use* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *intention to use*, baik secara langsung, maupun secara tidak langsung melalui *trust* sebagai mediator. Secara langsung, *perceived security* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *intention to use*, tetapi secara tidak langsung melalui *trust* sebagai mediator, *perceived security* memiliki pengaruh signifikan terhadap *intention to use*.

## **5.2 Implikasi**

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan, penelitian ini memiliki implikasi teoritis, yaitu menambah pengetahuan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *trust*, seperti *perceived usefulness* dan *perceived security*, serta faktor *trust* yang memengaruhi *intention to use* dan menjadi mediator sehingga *perceived usefulness* dan *perceived security* secara tidak langsung memengaruhi *intention to use*. Penelitian ini juga mempunyai implikasi praktis, yaitu dapat dijadikan pertimbangan bagi pembuat *mobile application* yang memiliki fitur jasa *house cleaning* dalam meningkatkan intensi seseorang untuk menggunakan fitur tersebut dengan meningkatkan manfaat, keamanan, dan kepercayaan terhadap fitur tersebut.

## **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah jumlah sampel sebanyak 349 responden yang tinggal di wilayah DKI Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Tangerang Selatan, dan Bekasi, serta didapatkan dengan metode *convenience sampling*.

## **5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya**

Berdasarkan hasil, pembahasan, dan keterbatasan penelitian yang telah dipaparkan, rekomendasi bagi penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut.

1. Menambahkan faktor-faktor lain yang diduga dapat memengaruhi *intention to use* fitur jasa *house cleaning* pada *mobile application*.
2. Memperluas wilayah penelitian dan meningkatkan jumlah sampel penelitian.
3. Menggunakan metode pengambilan sampel selain *convenience sampling*.