

BAB V

PENUTUPAN

A. Kesimpulan

Sesudah diolah dan dianalisis pada data penelitian mengenai “Indikator Tingkat Penerimaan Pengguna Aplikasi Layanan Pesan Antar GrabFood”, peneliti berpendapat:

a. *Performance Expectancy*

Tingkat penerimaan pengguna yang diukur dengan kinerja yang diharapkan dengan model UTAUT 2 dapat diterima. Dilihat dari ekspektasi pengguna yang meyakini bahwa fitur teknologi GrabFood memungkinkan mereka membeli bahan makanan secara online melalui aplikasi dengan mudah.

b. *Effort Expectancy*

Dapat diterima bagi pengguna untuk menerima upaya yang diharapkan. Diukur dari pengguna yang percaya bahwa fitur GrabFood membantu mereka memesan makanan secara online untuk perusahaannya.

c. *Social Influence*

Dalam hal pengaruh sosial, penerimaan pengguna tidak dapat diterima. Dalam situasi ini, pengguna menggunakan aplikasi GrabFood atas dasar motivasinya sendiri, tanpa ada keputusan dari orang di sekitarnya. Ini karena dia tertarik dengan fakta bahwa ia menawarkan banyak diskon untuk bahan makanan dan pengiriman

gratis. Untuk merangsang minat pengguna dalam menggunakan GrabFood tanpa mempengaruhi teman atau orang disekitarnya.

d. *Facilitating Condition*

Penerimaan pengguna, diukur dengan kondisi yang menguntungkan, dapat diterima. Dalam hal ini, kondisi yang menguntungkan memberikan dampak positif terhadap penerimaan pengguna terhadap GrabFood. Mengenai kemudahan mengakses aplikasi melalui smartphone dan tersedianya sinyal internet yang memadai.

e. *Hedonic Motivation*

Dapat diterima betapa tingginya penerimaan pengguna didasarkan pada motivasi hedonis. Diukur melalui aplikasi GrabFood yang menawarkan berbagai macam penawaran makanan dan minuman kepada penggunanya. Oleh karena itu, motivasi hedonis mempunyai pengaruh positif terhadap penerimaan pengguna terhadap aplikasi layanan pesan-antar GrabFood.

f. *Price Value*

Penerimaan pengguna sehubungan dengan harga dapat diterima. Kualitas layanan dan produk yang terjangkau dalam penggunaan aplikasi GrabFood menjadi penentu pengukurannya. Dalam hal ini, nilai harga memberikan dampak positif terhadap penerimaan pengguna terhadap aplikasi layanan pesan-antar GrabFood.

g. *Habit*

Tingkat adopsi pengguna yang diukur berdasarkan kebiasaan tidak dapat diterima. Pasalnya, pengguna merasa tidak hanya bergantung pada aplikasi GrabFood saat berbelanja bahan makanan secara online. Oleh karena itu, variabel kebiasaan tidak berpengaruh signifikan terhadap persetujuan pengguna terhadap aplikasi layanan pesan antar GrabFood.

h. Indeks penerimaan pengguna

Dari perhitungan menggunakan keseluruhan model UTAUT 2 dapat disimpulkan bahwa pengguna menerima aplikasi layanan pesan antar GrabFood. Pengguna percaya bahwa GrabFood menawarkan banyak diskon dengan mengukur kemudahan akses dan penggunaan. Hal ini membuat biaya yang ditanggung pengguna sebanding dengan apa yang diterima pengguna.

B. Implikasi

1. Implikasi Teoritis

Pada penelitian berikutnya, peneliti dapat mengembangkan melalui penelitian lain yang belum pernah atau jarang digunakan pada kegiatan penelitian untuk mengukur tingkat penerimaan pengguna menggunakan model UTAUT 2 seperti yang dilakukan oleh Pibriana (2020), Hidayat (2019), dan Setiyani et al (2023). Dengan penambahan tersebut diharapkan akan membantu dalam

mengembangkan studi dan juga pengetahuan bagi pengembang aplikasi khususnya GrabFood sebagai jasa pesan antar *online*.

2. Implikasi Praktis

Dalam penelitian tentang hasil tingkat penerimaan pengguna aplikasi jasa pesan antar GrabFood dengan pendekatan model UTAUT 2 ini, peneliti menemukan bahwa variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating condition*, *motivation hedonic*, dan *price value* dapat memengaruhi minat penggunaan aplikasi jasa pesan antar GrabFood. Temuan penelitian tersebut dapat digunakan oleh perusahaan pengelola aplikasi Grabfood dan juga *merchant* sebagai acuan dalam mengembangkan strategi pemasaran guna meningkatkan minat pengguna dalam menggunakan aplikasi GrabFood. *Merchant* dapat fokus pada *marketing campaign* dengan memberikan sejumlah diskon produk dan ongkir untuk dapat menarik minat pengguna untuk menggunakan aplikasi GrabFood. Hasil yang didapatkan pada penelitian ini pada variabel *social influence* dan *habit*, pengguna memutuskan minat menggunakan aplikasi GrabFood karena keputusan diri sendiri.

C. Keterbatasan Penelitian

Seperti penelitian lainnya, terdapat keterbatasan dalam penelitian ini.

Keterbatasan penelitian ini tercantum di bawah ini:

1. Subjek penelitian ini hanya tertuju pada pengguna aplikasi GrabFood dan wilayah yang diteliti masih belum terlalu luas yaitu wilayah DKI

Jakarta. Aplikasi GrabFood hanya digunakan oleh pengguna dalam penelitian ini. Wilayah penelitian hanya wilayah DKI Jakarta.

2. Sampel dalam penelitian ini masih terbilang sedikit yaitu sebanyak 105 sampel
3. Penelitian ini hanya meneliti tingkat penerimaan pengguna aplikasi GrabFood menggunakan model UTAUT 2, seharusnya bisa menganalisis menggunakan pendekatan lain seperti TAM (*Technology Acceptance Model*) agar lebih berfokus tentang persepsi kemudahan dan persepsi manfaat teknologi untuk menentukan penerimaan pengguna terhadap aplikasi GrabFood.

D. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul Indeks Tingkat Penerimaan Pengguna Jasa Pesan Antar GrabFood, peneliti memberikan saran & rekomendasi guna untuk penelitian selanjutnya yang lebih baik dijelaskan sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya mengenai tingkat penerimaan pengguna dengan objek penelitian yaitu GrabFood bisa menambah jumlah sampel dan memperluas lingkup penelitian. Hal ini untuk mengukur tingkat penerimaan pengguna yang lebih maksimal karena mendapatkan responden yang banyak dan lingkup penelitian yang lebih luas.

2. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan beberapa pendekatan lainnya pada penelitiannya seperti pendekatan TAM yang dilakukan Yuniwati (2020) dan Adha et al (2021).
3. Penelitian lebih lanjut dapat membantu memperluas teori, metode analisis, dan perspektif yang digunakan untuk menjelaskan penerimaan pengguna. Adha dkk. (2021) dan Pibrian (2020) telah melakukan penelitian yang dapat menjadi landasan penelitian tambahan untuk memperluas perspektif teoritis dan metode penelitian.

