

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan tinjauan teoritis dan penjelasan hasil penelitian yang telah disampaikan dalam bab-bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan pengujian hipotesis 1 (H<sub>1</sub>) bahwa *user interface* pada *self-service technology* berpengaruh secara positif terhadap *customer satisfaction* di McDonald's Pemuda.
2. Berdasarkan pengujian hipotesis 2 (H<sub>2</sub>) bahwa *perceived ease of use* pada *self-service technology* berpengaruh secara positif terhadap *customer satisfaction* di McDonald's Pemuda.
3. Berdasarkan pengujian hipotesis 3 (H<sub>3</sub>) bahwa *service speed* pada *self-service technology* berpengaruh secara positif terhadap *customer satisfaction* di McDonald's Pemuda.
4. Berdasarkan pengujian hipotesis 4 (H<sub>4</sub>) bahwa *transaction security* pada *self-service technology* berpengaruh secara positif terhadap *customer satisfaction* di McDonald's Pemuda.
5. Berdasarkan pengujian hipotesis 5 (H<sub>5</sub>) bahwa *personalization* pada *self-service technology* berpengaruh secara positif terhadap *customer satisfaction* di McDonald's Pemuda.

6. Berdasarkan pengujian hipotesis 6 (H<sub>6</sub>) bahwa kelima faktor tersebut pada *self-service technology* berpengaruh bersama-sama secara positif terhadap *customer satisfaction* di McDonald's Pemuda.
7. Berdasarkan pengujian hipotesis 7 (H<sub>7</sub>) bahwa *age* berpengaruh memoderasi *user interface* pada *self-service technology* terhadap *customer satisfaction* di McDonald's Pemuda.
8. Berdasarkan pengujian hipotesis 8 (H<sub>8</sub>) bahwa *age* berpengaruh memoderasi *perceived ease of use* pada *self-service technology* terhadap *customer satisfaction* di McDonald's Pemuda.
9. Berdasarkan pengujian hipotesis 9 (H<sub>9</sub>) bahwa *age* berpengaruh memoderasi *service speed* pada *self-service technology* terhadap *customer satisfaction* di McDonald's Pemuda.
10. Berdasarkan pengujian hipotesis 10 (H<sub>10</sub>) bahwa *age* berpengaruh memoderasi *transaction security* pada *self-service technology* terhadap *customer satisfaction* di McDonald's Pemuda.
11. Berdasarkan pengujian hipotesis 11 (H<sub>11</sub>) bahwa *age* berpengaruh memoderasi *personalization* pada *self-service technology* terhadap *customer satisfaction* di McDonald's Pemuda.

## 5.2. Implikasi

Berdasarkan temuan dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi beberapa pihak berikut:

### 5.2.1. Implikasi Teoritis

- a. Penelitian ini memperkuat konsep *Self-Service Technology* (SST) sebagai inovasi layanan mandiri yang tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Temuan ini mendukung teori dari Meuter *et al.* (2000) bahwa SST mampu memberikan layanan yang disesuaikan dengan preferensi pelanggan, membantu perusahaan mempertahankan daya saing. Dalam konteks restoran cepat saji, penggunaan SST menunjukkan relevansi langsung terhadap aspek kepuasan pelanggan, yang memperkaya literatur tentang penerapan SST di sektor jasa.
- b. Penelitian ini menunjukkan bahwa usia memoderasi hubungan antara variabel independen dan kepuasan pelanggan dalam penggunaan SST. Generasi muda (17–24 tahun) lebih mudah menerima teknologi karena literasi digital yang lebih tinggi, sementara kelompok usia yang lebih tua (45–65 tahun) menghadapi hambatan akibat keterbatasan literasi digital dan resistensi terhadap perubahan teknologi. Sejalan dengan UTAUT2 (Venkatesh *et al.*, 2012), kelompok usia yang lebih tua lebih skeptis terhadap keamanan transaksi digital, sedangkan generasi muda lebih percaya diri menggunakan *e-wallet* atau kartu digital. Selain itu, desain *user-friendly* terbukti mengurangi kesenjangan digital, mendukung teori *usability* dari Nielsen (1993). Perbedaan juga terlihat pada faktor *Service Speed*, di mana generasi muda lebih mengutamakan kecepatan, sedangkan kelompok usia yang lebih tua lebih fokus pada kenyamanan

dan kepastian pemrosesan pesanan. Hasil ini memberikan wawasan bagi industri dalam merancang SST yang lebih inklusif dan adaptif untuk semua kelompok usia.

- c. Temuan penelitian ini mengonfirmasi pentingnya aspek *usability* dalam mendesain *self-service technology*. Mengacu pada teori *usability* dari Nielsen (1993), faktor *User interface* dan *Perceived Ease of Use* yang baik terbukti signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini memperkaya teori dengan bukti bahwa desain antarmuka yang intuitif dan pengalaman pengguna yang nyaman dapat mengurangi hambatan adaptasi teknologi, terutama pada populasi pengguna dengan latar belakang usia yang bervariasi.
- d. Penelitian ini mendukung teori antrian (Erlang, 1909) yang menekankan pentingnya *service speed* dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Dalam konteks SST di McDonald's, *service speed* ditemukan sebagai elemen utama yang tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif. Temuan ini menunjukkan bahwa optimalisasi *service speed* adalah strategi penting untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, terutama di sektor dengan tingkat persaingan tinggi.
- e. Persepsi *transaction security* yang positif secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan, mendukung teori *technology trust* dari Considine & Cormican (2017). Penelitian ini menegaskan bahwa pelanggan membutuhkan jaminan keamanan dalam setiap interaksi digital. Dengan

meningkatnya risiko keamanan di era digital, penelitian ini memberikan bukti bahwa investasi dalam keamanan sistem sangat penting untuk menjaga kepercayaan pelanggan, khususnya dalam penggunaan *self-service technology*.

- f. Penelitian ini memperluas variabel *personalization* dengan menunjukkan bahwa kemampuan sistem untuk menyesuaikan layanan sesuai preferensi individu memiliki dampak langsung pada kepuasan pelanggan. Temuan ini mendukung studi Dewi (2017) dan Agustinus & Keni (2021), yang menyatakan bahwa personalisasi adalah faktor utama dalam membangun hubungan emosional antara pelanggan dan perusahaan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa personalisasi dapat menjadi faktor diferensiasi penting dalam konteks SST.
- g. Penelitian ini memberikan pendekatan holistik dengan mengintegrasikan lima variabel utama (*User interface, Perceived Ease of Use, Service Speed, Transaction Security, dan Personalization*) dalam satu kerangka analisis. Hal ini mengisi celah penelitian sebelumnya yang seringkali hanya menyoroti variabel tersebut secara parsial. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan model konseptual yang lebih menyeluruh untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam penggunaan SST.

### **5.2.2. Implikasi Praktis**

Berdasarkan pembahasan dari hasil hipotesis, ketika diterapkan dalam bentuk strategi atau rencana tindakan yang dapat diimplementasikan oleh

perusahaan, dengan penggunaan metode *Importance-Performance Map* (IPMA) maka menghasilkan data sebagai berikut:

1. Bagi Pengguna *Self-Service Technology*

Berdasarkan hasil analisis *Importance-Performance Map* (IPMA), terdapat beberapa implikasi praktis yang dapat diterapkan untuk meningkatkan pengalaman pengguna SST di McDonald's Pemuda:

- a. Peningkatan *User interface* (UI): Perlu dilakukan perbaikan pada elemen *User interface* (UI), khususnya pada indikator UI1 hingga UI9, agar lebih menarik, intuitif, dan mudah dioperasikan. Desain yang lebih responsif dan ramah pengguna akan sangat membantu pelanggan dari berbagai kelompok usia, terutama kelompok usia 35-65 tahun yang lebih sensitif terhadap aspek kemudahan dalam penggunaan teknologi.
- b. Pengoptimalan *Perceived Ease of Use* (PEU): Aspek *Perceived Ease of Use* (PEU) perlu ditingkatkan, terutama pada indikator PEU1 hingga PEU8. McDonald's dapat menyediakan panduan penggunaan yang lebih jelas dan interaktif, serta memastikan setiap fitur mudah diakses oleh semua segmen pelanggan. Kelompok usia 35-45 tahun dan 55-65 tahun menunjukkan ketertarikan terhadap kemudahan penggunaan, sehingga penyederhanaan navigasi dan instruksi penggunaan yang lebih visual dapat meningkatkan pengalaman mereka.

- c. Peningkatan *Service Speed* (SS): Analisis menunjukkan bahwa *Service Speed* (SS) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kelompok usia 25-35 tahun. Oleh karena itu, McDonald's Pemuda perlu mengoptimalkan efisiensi layanan SST, misalnya dengan mempercepat proses pemesanan dan pembayaran, serta meminimalkan gangguan teknis pada mesin SST.
  - d. Peningkatan *Transaction Security* (TS): Meskipun *Transaction Security* (TS) memiliki performa yang baik, namun perlu ditingkatkan agar tidak terjadi gangguan pada sistem, kegagalan saat transaksi, serta keamanan pembayaran. Kelompok usia yang lebih tua (45-65 tahun) cenderung lebih peduli terhadap keamanan transaksi, sehingga jaminan keamanan perlu lebih diperhatikan.
  - e. Penguatan *Personalization* (PS): Dimensi *Personalization* (PS) yang sudah memiliki performa tinggi dapat semakin diperkuat dengan menawarkan rekomendasi menu yang disesuaikan dengan riwayat pembelian pelanggan atau program loyalitas berbasis preferensi pelanggan. Kelompok 25-35 tahun dan 35-45 tahun lebih responsif terhadap promosi dan penawaran yang dipersonalisasi.
2. Bagi McDonald's Pemuda
- a. Pengembangan Strategi Peningkatan UI dan PEU: McDonald's Pemuda perlu mengalokasikan sumber daya untuk pengembangan dan perbaikan tampilan serta kemudahan penggunaan mesin SST. Riset pengguna dan pengujian *user interface* secara berkala dapat

membantu memahami kebutuhan pelanggan berdasarkan kelompok usia, terutama untuk pelanggan yang lebih tua yang membutuhkan *user interface* yang lebih sederhana.

- b. **Pelatihan Karyawan:** Memberikan pelatihan kepada karyawan untuk membantu pelanggan yang mengalami kesulitan dalam menggunakan SST. Ini penting untuk mendukung pelanggan berusia lebih tua (45-65 tahun) yang mungkin kurang terbiasa dengan teknologi. Pendampingan ini akan meningkatkan pengalaman pelanggan dan mempercepat adaptasi teknologi.
- c. **Pengelolaan *Service Speed*:** McDonald's Pemuda perlu mengimplementasikan strategi untuk meningkatkan *Service Speed* pada SST, terutama bagi pelanggan berusia 25-35 tahun yang sangat memperhatikan efisiensi waktu. Perawatan rutin mesin SST dan pembaruan sistem dapat membantu mengurangi hambatan teknis.
- d. **Investasi pada *Transaction Security*:** McDonald's Pemuda perlu terus berinvestasi dalam pengembangan teknologi keamanan untuk mencegah gangguan sistem, kegagalan saat transaksi, dan memastikan keamanan pembayaran. Strategi ini menjadi sangat penting bagi kelompok usia yang lebih tua yang cenderung lebih peduli terhadap perlindungan data dan keamanan dalam bertransaksi melalui SST.
- e. **Optimalisasi *Personalization*:** Mengembangkan fitur *Personalization* lebih lanjut dengan memanfaatkan data pelanggan

untuk menciptakan pengalaman yang lebih relevan dan memuaskan. Penawaran berbasis preferensi akan lebih efektif menarik perhatian pelanggan.

### **5.3. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memberikan wawasan penting terkait pengaruh lima variabel utama pada *Self-Service Technology* terhadap *customer satisfaction* di McDonald's Pemuda, Rawamangun, Jakarta Timur. Namun, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diakui agar interpretasi hasil penelitian dapat dilakukan secara lebih komprehensif:

1. Fokus penelitian pada McDonald's Pemuda membatasi cakupan generalisasi hasil terhadap cabang McDonald's lainnya atau restoran cepat saji lain yang menggunakan teknologi SST. Faktor lokasi dapat memengaruhi variabilitas data, terutama karena perbedaan tingkat adopsi teknologi dan karakteristik pelanggan di daerah lain.
2. Sampel penelitian terdiri dari pelanggan yang berkunjung ke McDonald's Pemuda dalam periode tertentu. Meskipun mencakup rentang usia yang cukup luas, distribusi sampel mungkin tidak sepenuhnya representatif terhadap seluruh segmen pelanggan, terutama kelompok usia lanjut atau pelanggan dengan keterbatasan teknologi. Hal ini dapat memengaruhi hasil penelitian terkait efek moderasi usia pada variabel-variabel yang diteliti.
3. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif berbasis survei untuk mengumpulkan data. Pendekatan ini mungkin kurang mampu menggali

wawasan mendalam mengenai pengalaman subjektif pelanggan terkait penggunaan SST. Pendekatan kualitatif, seperti wawancara mendalam, dapat memberikan konteks tambahan terhadap temuan kuantitatif.

4. Terdapat kemungkinan variabel lain, yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan namun tidak termasuk dalam analisis penelitian ini.
5. Peneliti mengalami kesulitan dalam menemukan responden pelanggan McDonald's berusia 55-65 tahun yang menggunakan mesin *self-service technology*. Hal ini dapat mempengaruhi representasi kelompok usia yang lebih tua dalam penelitian serta keterbatasan data terkait preferensi dan tingkat kenyamanan mereka dengan teknologi SST.

#### **5.4. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya**

Meskipun penelitian ini telah dilakukan dengan sebaik-baiknya, masih terdapat beberapa keterbatasan yang dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya. Berikut adalah beberapa rekomendasi untuk penelitian mendatang:

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya mencakup beberapa cabang McDonald's atau restoran cepat saji lainnya yang menggunakan *self-service technology* (SST). Ini akan membantu meningkatkan generalisasi hasil penelitian, sehingga mencakup berbagai kondisi dan karakteristik pelanggan di lokasi yang berbeda.
2. Penelitian selanjutnya sebaiknya melibatkan populasi yang lebih luas, termasuk kelompok usia lanjut serta pelanggan dengan keterbatasan teknologi. Hal ini penting untuk memastikan bahwa hasil penelitian dapat

mencakup berbagai segmen pelanggan yang lebih beragam dan lebih representatif.

3. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan kombinasi metode kuantitatif dan kualitatif dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai pengalaman subjektif pelanggan. Pendekatan kualitatif, seperti wawancara atau *focus group discussion*, dapat memberikan konteks tambahan terhadap hasil survei kuantitatif yang telah dilakukan.
4. Penelitian selanjutnya sebaiknya mempertimbangkan variabel lain yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti *perceived ease of adoption* atau faktor lainnya yang berperan dalam penggunaan SST.
5. Penelitian selanjutnya sebaiknya mengatasi kesulitan dalam menemukan responden dari kelompok usia tertentu, seperti 55-65 tahun, yang dapat dilakukan dengan melibatkan lebih banyak cabang McDonald's dan melakukan pendekatan yang lebih intensif kepada kelompok usia tersebut. Hal ini akan memberikan data yang lebih lengkap mengenai preferensi dan kenyamanan mereka dengan teknologi SST.