

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini melibatkan 169 responden bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *trust* terhadap *customer satisfaction* serta bagaimana *customer satisfaction* tersebut berdampak pada *continuance intention* konsumen aplikasi Klik Indomaret di wilayah Jakarta. Dari hasil analisis data dan uraian dalam pembahasan, peneliti dapat menyimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. *Perceived ease of use* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* di kalangan pengguna aplikasi Klik Indomaret di Jakarta. Artinya semakin mudah pengoperasian aplikasi untuk digunakan maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna. Sebaliknya, jika pengoperasian aplikasi sulit untuk digunakan, maka akan menurunkan kepuasan yang dirasakan oleh pengguna.
2. *Perceived usefulness* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* di kalangan pengguna aplikasi Klik Indomaret di Jakarta. Artinya semakin banyak kebermanfaatan yang pengguna rasakan saat menggunakan aplikasi maka semakin tinggi pula kepuasan yang mereka rasakan. Sebaliknya, jika semakin sedikit kebermanfaatan yang mereka rasakan saat menggunakan aplikasi, maka semakin rendah kepuasan yang mereka rasakan.
3. *Trust* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* di kalangan pengguna aplikasi Klik Indomaret di Jakarta. Artinya semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap aplikasi akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh pengguna. Sebaliknya, jika semakin rendah tingkat kepercayaan yang dirasakan oleh

pengguna saat menggunakan aplikasi, maka akan menurunkan kepuasan yang dirasakan oleh pengguna.

4. *Customer satisfaction* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* di kalangan pengguna aplikasi Klik Indomaret di Jakarta. Artinya semakin meningkat kepuasan yang pengguna rasakan terhadap aplikasi maka semakin tinggi niat mereka untuk tetap melanjutkan penggunaan aplikasi. Sebaliknya, jika kepuasan pengguna saat menggunakan aplikasi menurun, maka akan menurunkan niat mereka untuk tetap melanjutkan menggunakan aplikasi.

5.2 Implikasi

5.2.1 Implikasi Teoritis

Penelitian ini turut berpartisipasi terhadap pengembangan wawasan terkait perilaku pengguna aplikasi Klik Indomaret. Hasil penelitian menjelaskan bahwa *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *trust* berpengaruh meningkatkan *customer satisfaction*, dan kemudian *customer satisfaction* berpengaruh meningkatkan *continuance intention* pada pengguna aplikasi Klik Indomaret. Temuan ini juga mendukung teori *Expectation Confirmation Model* (ECM) pada konteks belanja online yang menyatakan bahwa *continuance intention* diberikan pengaruh oleh *customer satisfaction* dan *perceived usefulness*. Selain itu, penelitian ini juga memperluas teori ECM dengan memasukkan variabel *perceived ease of use* dan *trust*. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *trust* berkontribusi dalam meningkatkan *customer satisfaction*, yang pada akhirnya berdampak terhadap niat konsumen untuk melanjutkan penggunaan aplikasi Klik Indomaret.

5.2.2 Implikasi Praktis

Hasil dari penelitian ini mampu memberikan saran perbaikan kepada PT. Indomarc Prismaatama dalam meningkatkan aspek-aspek yang

memengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan aplikasi Klik Indomaret untuk berbelanja. Di mana ada beberapa aspek yang harus dibangun dan diperbaiki agar bisa lebih banyak lagi pengguna yang menggunakan aplikasi Klik Indomaret. Berikut merupakan implikasi praktis dari setiap variabel:

- 1) Berdasarkan indikator *perceived ease of use* yang paling banyak mendapatkan tanggapan tidak setuju, yaitu ada pada indikator PEOU4 dengan narasi “Saya tidak perlu melihat panduan saat menggunakan aplikasi Klik Indomaret” sebanyak 3,6%. Hal ini menunjukkan bahwa saat menggunakan aplikasi Klik Indomaret, pengguna masih belum merasakan kemudahan dan perlu diberikan panduan yang jelas terhadap fitur-fitur dan layanan yang diberikan. Pihak Klik Indomaret diharapkan dapat memberikan panduan atau *tutorial* yang dapat dipahami oleh pengguna mulai dari proses pencarian barang hingga pembayaran.
- 2) Berdasarkan indikator *perceived usefulness* yang paling banyak mendapatkan tanggapan tidak setuju, yaitu ada pada indikator PU1 dengan narasi “Menggunakan aplikasi Klik Indomaret membuat kegiatan belanja menjadi lebih praktis” sebesar 2,4%. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan belanja menggunakan aplikasi Klik Indomaret belum memberikan manfaat bagi pengguna yang menginginkan proses belanja yang praktis. Pihak Klik Indomaret diharapkan dapat memberikan atau menambah fitur-fitur serta layanan yang berguna seperti harga yang bersaing, metode pembayaran yang bervariasi, dan layanan pengiriman yang lebih fleksibel.
- 3) Berdasarkan indikator *trust* yang paling banyak mendapatkan tanggapan tidak setuju, yaitu ada pada indikator TR6 dengan narasi “Aplikasi Klik Indomaret selalu memperhatikan kebutuhan penggunanya” sebesar 1,2%. Hal ini menunjukkan

bahwa pengguna belum merasakan bahwa aplikasi Klik Indomaret dapat memahami dan memenuhi kebutuhan mereka. Pihak Klik Indomaret diharapkan dapat meningkatkan lagi bentuk kepeduliannya agar kepercayaan pengguna dapat tetap terjaga dengan cara menambahkan fitur yang berfokus pada kebutuhan pelanggan, serta menyediakan layanan *feedback* dari *customer service* yang lebih responsive untuk pelaporan kendala.

- 4) Berdasarkan indikator *customer satisfaction* yang paling banyak mendapatkan tanggapan tidak setuju, yaitu ada pada indikator CS2 dengan narasi “Saya terkesan dengan layanan yang diberikan oleh aplikasi Klik Indomaret” sebesar 0,6%. Hal ini menunjukkan bahwa fitur dan layanan yang diberikan oleh aplikasi Klik Indomaret belum membuat pengguna untuk terkesan. Pihak Klik Indomaret diharapkan dapat meningkatkan layanan serta memberikan inovasi baru agar pengguna mendapatkan kesan yang menyenangkan saat menggunakan aplikasi seperti pemberian promo dan potongan harga, kecepatan pengiriman barang, keramahan dan cepatnya respon yang diberikan oleh *customer service*, dan proses penanganan complain yang tidak sulit.
- 5) Berdasarkan indikator *continuance intention* yang paling banyak mendapatkan tanggapan tidak setuju, yaitu ada pada indikator CI3 dengan narasi “Saya akan meningkatkan frekuensi pembelian saya melalui aplikasi Klik Indomaret” sebesar 2,4%. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat pengguna yang belum memiliki niat untuk meningkatkan frekuensi pembelian melalui aplikasi Klik Indomaret. Pihak Klik Indomaret diharapkan dapat meningkatkan strategi yang dapat mendorong pengguna untuk melakukan pembelian ulang seperti program loyalitas dengan pengumpulan poin, promo tebus murah saat

berbelanja, harga yang lebih bersaing, serta fitur baru yang lebih bermanfaat bagi pengguna.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Selama penelitian dilakukan, berbagai kendala yang muncul menjadikan adanya keterbatasan, antara lain:

- 1) Variabel yang dicakup dalam penelitian ini masih terbatas dan hanya menggunakan variabel *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *trust*, dan *customer satisfaction*. Masih terdapat variabel-variabel lain yang dapat digunakan dan dapat memengaruhi niat keberlanjutan penggunaan suatu aplikasi.
- 2) Sampel penelitian hanya mencakup sebanyak 169 responden dan objek penelitian hanya berfokus terhadap konsumen aplikasi Klik Indomaret yang berdomisili di Jakarta.
- 3) Penelitian ini hanya menggunakan metode kuantitatif dalam pengumpulan dan analisis data sehingga tidak melibatkan pendekatan kualitatif yang dapat mengeksplorasi aspek-aspek subjektif, pengalaman, dan persepsi yang mendalam dari responden.

5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Mengacu pada keterbatasan dalam penelitian ini, berikut rekomendasi yang dapat diajukan untuk penelitian selanjutnya:

- 1) Peneliti di masa yang akan datang bisa menyertakan penambahan variabel lain yang tidak terakomodasi dalam penelitian ini yang dapat memengaruhi dan berkaitan dengan niat keberlanjutan penggunaan aplikasi Klik Indomaret selain *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *trust*, dan *customer satisfaction*.

- 2) Memperluas populasi dan menambah sampel penelitian yang tidak hanya berfokus terhadap pengguna aplikasi Klik Indomaret yang berdomisili di Jakarta.
- 3) Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan penggunaan metode kualitatif atau berbagai kombinasi metode kuantitatif dan kualitatif sehingga mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif.



Intelligentia - Dignitas