

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis terhadap keseluruhan data penelitian, kesimpulan yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut.

1. Variabel *Task-technology fit* berpengaruh positif Terhadap variabel *Perceived Ease of Use* (PEOU). Berdasarkan hasil dari uji hipotesis tersebut dapat dipersepsikan bahwa semakin mudah dipahaminya fungsi dari fitur dan atau atribut aplikasi pemanggil taksi daring maka akan mendorong kemudahan penggunaan dari keseluruhan aplikasi tersebut. Berdasarkan hal tersebut pihak aplikator (Gojek / Grab) harus memastikan bahwa layanan yang mereka berikan mampu memberikan fungsi yang mampu membantu pengguna dalam aktivitas mereka bertransportasi dan memastikan bahwa penggunaan aplikasi tersebut mudah untuk dilakukan. Kunci dalam hal ini adalah terus berinovasi dalam layanan mereka.
2. Variabel *Task-technology fit* berpengaruh positif Terhadap variabel *Perceived Usefulness* (PU). Berdasarkan hasil dari uji hipotesis tersebut dapat memunculkan persepsi bahwa suatu aplikasi pemanggil taksi daring untuk dapat mendapatkan persepsi bahwa aplikasi pemanggil taksi daring memiliki kegunaan yang sesuai dengan fungsinya dalam hal transportasi, maka aplikasi pemanggil taksi daring harus memiliki informasi yang mudah diakses, jelas, mudah dipahami dan akurat. Berdasarkan hal tersebut pihak aplikator (Gojek / Grab) harus memastikan bahwa layanan yang mereka

berikan mampu memberikan kehandalan ketika dibutuhkan. Memastikan bahwa layanan tersebut harus benar-benar berjalan sesuai standar dari penggunaan dan fungsinya kapanpun dan dimanapun digunakan. Kunci dari hal tersebut adalah aplikator harus selalu memastikan kontrol akan kualitas layanan yang mereka berikan dan memastikan layanan tersebut berjalan dengan konsisten kapanpun dan dimanapun digunakan.

3. Variabel *Perceived Ease Of Use* (PEUO) berpengaruh positif Terhadap variabel *Perceived Usefulness* (PU). Untuk dapat mempersepsikan aplikasi pemanggil taksi daring dapat bermanfaat dan meningkatkan kinerja dalam penggunaannya, maka fungsi-fungsi dari aplikasi tersebut harus mudah dipahami dan tidak membutuhkan usaha yang keras ketika menggunakannya. Berdasarkan hal tersebut pihak aplikator (Gojek / Grab) harus memastikan bahwa layanan yang mereka berikan harus semudah mungkin untuk digunakan tanpa perlu mengeluarkan upaya yang besar untuk menggunakannya. Untuk dapat memenuhi kriteria tersebut, pihak aplikator harus terus menerus membangun hubungan dua arah dengan pengguna agar mampu memenuhi ekspektasi dari pengguna serta mengurangi ketidaknyamanan yang terdapat dalam layanan mereka. Hal ini bisa dilakukan dengan meningkatkan layanan pelanggan terutama layanan real time. Hal ini dapat didukung dengan memperkuat jaringan sosial media terutama dalam merespon keluhan-keluhan dari pengguna.
4. Variabel *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh positif Terhadap variabel *Attitude Toward Using Using*. Berdasarkan hasil dari uji hipotesis tersebut,

maka untuk memunculkan persepsi bahwa penggunaan aplikasi pemanggil taksi daring dapat memunculkan sikap yang positif, pengguna harus diarahkan bahwa keputusan penggunaan aplikasi tersebut merupakan hasil dari evaluasi yang masuk akal. Hal tersebut dapat dilakukan dengan memunculkan persepsi bahwa ketika menggunakan aplikasi dapat meningkatkan kinerja dari pengguna dan bahwa penggunaan aplikasi benar-benar bermanfaat. Berdasarkan hal tersebut pihak aplikator (Gojek / Grab) harus memastikan bahwa layanan yang mereka berikan kemudahan bagi aktivitas penggunanya. Sehingga hal tersebut akan memunculkan sikap, citra atau respon positif akan layanan dari penggunaan aplikasi tersebut dalam hal fungsi dan manfaat aplikasi. Untuk dapat memastikan bahwa pengguna akan memiliki sikap, citra atau respon positif aplikator harus mampu memunculkan terobosan dan inovasi yang sesuai dengan keadaan yang kekinian.

5. Variabel *Perceived Ease Of Use* (PEUO) berpengaruh positif Terhadap variabel *Attitude Toward Using*. Berdasarkan hasil dari uji hipotesis tersebut, maka untuk memunculkan persepsi bahwa penggunaan aplikasi pemanggil taksi daring dapat memunculkan sikap yang positif, pengguna harus diarahkan bahwa keputusan penggunaan aplikasi tersebut merupakan hasil dari evaluasi yang masuk akal. Hal tersebut dapat dilakukan dengan memunculkan persepsi bahwa penggunaan dari aplikasi tersebut benar-benar mudah tanpa perlu upaya lebih dalam pengoperasiannya. Berdasarkan hal tersebut pihak aplikator (Gojek / Grab) harus memastikan bahwa

layanan yang mereka berikan mudah untuk dilakukan agar mendapat sikap, citra atau respon positif akan layanan dari penggunaan aplikasi tersebut. Dengan memunculkan citra bahwa penggunaan aplikasi tersebut sangat mudah, cepat, dan tanpa perlu upaya yang besar dalam menggunakannya. Untuk dapat melakukan hal tersebut, pihak aplikator dapat menjalankan dan melakukan kontrol akan kualitas kehandalan dari masing-masing aplikasi pemanggil taksi daring.

6. Variabel *Attitude toward using* berpengaruh positif Terhadap variabel *behavioral intention*. Berdasarkan hasil dari uji hipotesis tersebut, maka untuk memunculkan persepsi bahwa ketika pengguna akan menggunakan aplikasi pemanggil taksi daring secara regular, tetap menggunakannya, bahkan merekomendasikannya kepada orang lain, maka aplikasi tersebut harus memberikan kesan yang positif ketika pengguna mengopeasikannya. Berdasarkan hal tersebut pihak aplikator (Gojek / Grab) harus memastikan bahwa layanan yang mereka berikan mampu memunculkan sikap, citra atau respon positif akan layanan dari penggunaan aplikasi tersebut. Ketika citra tersebut muncul, maka akan membawa respon pengguna pada tingkatan selanjutnya, seperti akan menjadi pengguna regular, pengguna jangka panjang, pengguna yang loyal, bahkan pengguna yang menyarankan orang lain untuk menggunakan aplikasi yang sama. Ketika hal tersebut dilakukan maka aplikator (Gojek / Grab) akan mendapatkan manfaat yang sangat besar terkait dengan aktivitas pemasaran mereka.
7. Variabel *User Satisfaction* berpengaruh positif Terhadap variabel

Behavioral Intention. Berdasarkan hasil dari uji hipotesis tersebut, maka untuk memunculkan persepsi bahwa ketika pengguna akan menggunakan aplikasi pemanggil taksi daring secara regular, tetap menggunakannya, bahkan merekomendasikannya kepada orang lain, maka penggunaan dari aplikasi pemanggil taksi daring harus memenuhi ekspektasi yang diharapkan dari penggunaan aplikasi tersebut. Hal tersebut dapat dalam bentuk kemudahan, meningkatkan kinerja pengguna, dan harus memiliki manfaat yang jelas. Berdasarkan hal tersebut pihak aplikator (Gojek / Grab) harus memastikan bahwa layanan yang mereka berikan mampu memenuhi segala ekspektasi yang diharapkan dari pengguna akan penggunaan dari aplikasi pemanggil taksi daring. Dengan memenuhi ekspektasi atau bahkan melebihi ekspektasi yang diharapkan oleh pengguna, maka akan membawa membawa respon pengguna pada tingkatan selanjutnya, seperti akan menjadi pengguna regular, pengguna jangka panjang, pengguna yang loyal, bahkan pengguna yang menyarankan orang lain untuk menggunakan aplikasi yang sama. Ketika hal tersebut dilakukan maka aplikator (Gojek / Grab) akan mendapatkan manfaat yang sangat besar terkait dengan aktivitas pemasaran mereka.

8. Variabel *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh positif Terhadap variabel *Behavioral Intention*. Berdasarkan hasil dari uji hipotesis tersebut, maka untuk memunculkan persepsi bahwa ketika pengguna akan menggunakan aplikasi secara regular, tetap menggunakannya, bahkan merekomendasikannya kepada orang lain untuk menggunakannya. Maka,

aplikasi pemanggil taksi daring harus mampu membuat pengguna yakin bahwa penggunaan aplikasi tersebut akan meningkatkan kinerja pengguna karena memberikan kegunaan yang benar-benar sesuai dengan fungsinya. Berdasarkan hal tersebut pihak aplikator (Gojek / Grab) harus memastikan bahwa layanan yang mereka berikan memberikan manfaat yang nyata dan fungsi yang signifikan dalam penggunaannya. Memastikan bahwa fungsi yang terdapat dalam layanan benar-benar bermanfaat dalam aktivitas pengguna akan membawa kepada respon pengguna pada kepuasan. Kemudian pada tingkatan selanjutnya, seperti akan menjadi pengguna regular, pengguna jangka panjang, pengguna yang loyal, bahkan pengguna yang menyarankan orang lain untuk menggunakan aplikasi yang sama. Ketika hal tersebut dilakukan maka aplikator (Gojek / Grab) akan mendapatkan manfaat yang sangat besar terkait dengan aktivitas pemasaran mereka.

9. Variabel *Perceived Ease Of Use* (PEUO) berpengaruh positif Terhadap variabel *Behavioral Intention*. Berdasarkan hasil dari uji hipotesis tersebut, maka untuk memunculkan persepsi bahwa ketika pengguna akan menggunakan aplikasi secara regular, tetap menggunakannya, bahkan merekomendasikannya kepada orang lain untuk menggunakannya. Maka, aplikasi pemanggil taksi daring harus memiliki persepsi bahwa merupakan hal yang mudah, simpel dan tidak merepotkan ketika dioperasikan. Berdasarkan hal tersebut pihak aplikator (Gojek / Grab) harus memastikan bahwa layanan yang mereka berikan dapat meyakinkan pengguna bahwa

penggunaan aplikasi pemanggil taksi daring sangat mudah untuk dilakukan, bahwa tanpa perlu upaya tertentu untuk menggunakannya, karena sangat mudah untuk diakses. Hal ini akan menimbulkan kesan, citra atau respon yang baik dari pengguna terhadap penggunaan aplikasi. Ketika hal tersebut terbentuk maka akan menimbulkan persepsi pengguna pada tingkatan selanjutnya, seperti akan menjadi pengguna reguler, pengguna jangka panjang, pengguna yang loyal, bahkan pengguna yang menyarankan orang lain untuk menggunakan aplikasi yang sama. Ketika hal tersebut dilakukan maka aplikator (Gojek / Grab) akan mendapatkan manfaat yang sangat besar terkait dengan aktivitas pemasaran mereka.

10. Variabel *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh positif terhadap variabel *User Satisfaction*. Berdasarkan hasil dari uji hipotesis tersebut, untuk membuat pengguna merasa bahwa penggunaan aplikasi pemanggil taksi daring akan memenuhi ekspektasi mereka, maka aplikasi pemanggil taksi daring harus memenuhi ekspektasi bahwa penggunaan aplikasi akan membantu mereka dalam meningkatkan kinerja mereka terutama pada saat berhubungan dengan transportasi. Berdasarkan hal tersebut pihak aplikator (Gojek / Grab) harus memastikan bahwa layanan yang mereka berikan dapat penggunaan layanan aplikasi pemanggil taksi daring sangat berguna dan memiliki fungsi yang sesuai bagi aktivitas penggunanya. Ketika penggunaan aplikasi dinilai berguna dan berfungsi dengan baik bagi penggunanya akan memunculkan persepsi akan kepuasan. Karena ekspektasi pengguna terkait manfaat dan fungsi aplikasi telah terpenuhi.

Oleh karena itu untuk memunculkan persepsi akan kepuasan, maka aplikator harus mampu mamaksimalkan dan meyakinkan pengguna bahwa penggunaan akan aplikasi benar-benar berguna. Hal ini dalapt dilakukan dengan cara mengaktualisasikan dan mengondisikan aplikasi mereka sesuai dengan kebutuhan yang selalu mengikuti keadaan dan kondisi ekosistem dari pasar, mengikuti selera pasar, dan terbuka dengan pendapat dari pengguna mereka.

11. Variabel *Attitude toward using* memediasi variabel *Perceived Usefulness* (PU) terhadap variabel *Behavioral Intention*. Berdasarkan pada hasil perhitungan sobel dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara variabel PU terhadap variabel BI melalui variabel *Attitude*. Berdasarkan hal tersebut harus diperhatikan oleh pihak aplikator bahwa terdapat pengaruh tidak langsung yang terbentuk antara variabel PU terhadap variabel BI melalui variabel *Attitude*. Hal ini mencerminkan bahwa variabel sikap (*attitude*) menjadi hal yang penting dalam membentuk hubungan atau pengaruh antara variabel PU dengan variabel BI. Oleh karena hal ini maka aplikator harus memperhatikan variabel *Attitude* karena memiliki hubungan langsung dengan variabel BI disamping memediasi variabel PU dengan variabel BI.

12. Variabel *Attitude toward using* memediasi variabel *Perceived Ease Of Use* (PEOU) terhadap variabel *Behavioral Intention*. Berdasarkan pada hasil perhitungan sobel dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara variabel PEOU terhadap variabel BI melalui variabel *Attitude*. Berdasarkan

hal tersebut harus diperhatikan oleh pihak aplikator bahwa terdapat pengaruh tidak langsung yang terbentuk antara variabel PEOU terhadap variabel BI melalui variabel *Attitude*. Hal ini mencerminkan bahwa variabel sikap (*attitude*) menjadi hal yang penting dalam membentuk hubungan atau pengaruh antara variabel PEOU dengan variabel BI. Oleh karena hal ini maka aplikator harus memperhatikan variabel *Attitude* karena memiliki hubungan langsung dengan variabel BI disamping memediasi variabel PEOU dengan variabel BI.

5.2 Implikasi

5.2.1 Implikasi Akademis

Dalam penelitian sebelumnya dinyatakan terdapat dispute dalam penelitian tentang TAM mengenai beberapa perbedaan dalam hubungan antar variabel-variabel yang membentuk model TAM. Dalam penelitian ini mencoba mengkonfirmasi kembali perbedaan hasil-hasil dalam penelitian tersebut. Disamping itu dalam penelitian ini menggunakan objek penelitian aplikasi pemanggil taksi secara daring yang merupakan objek yang masih jarang diteliti di Indonesia. Dalam hal ini penelitian tentang model TAM akan sangat berhubungan dengan penerimaan atau adopsi dari sistem atau teknologi yang baru sehingga model ini sangat dinamis sehingga sangat memungkinkan untuk dikembangkan lebih jauh.

Kemudian dalam penelitian ini mengkombinasikan model TAM dengan variabel lain, yaitu *User Satisfaction* dan *Task-Technology Fit*. Dengan hasil dari penelitian ini, maka akan menambah jumlah khazanah mengenai penelitian akan

penerimaan (*Acceptance*). Disamping itu hal ini membuktikan bahwa dalam model TAM memungkinkan untuk dikombinasikan dengan variabel lain untuk menyesuaikan dengan keadaan yang kekinian.

5.2.2 Implikasi Non Akademis

Implikasi non akademis dalam penelitian ini meliputi temuan-temuan yang bermanfaat bagi layanan aplikasi pemanggil taksi online berdasarkan hasil pembahasan dan analisis penelitian.

1. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa model TAM dapat diintegrasikan dengan variabel lainnya, seperti dalam penelitian ini yaitu TTF dan *User Satisfaction* hal ini tentunya membuat khazanah penelitian tentang teori penerimaan (*acceptance*) dapat dieksplorasi lebih lanjut dengan variabel lainnya.
2. Temuan dalam penelitian ini, yang mana sikap terhadap penggunaan atau adaptasi suatu teknologi tertentu, dapat diimplikasikan dalam strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan ketertarikan konsumen / pengguna agar bersedia menggunakan layanan pemanggil taksi aplikasi dan mengadaptasi kemudahan sistem yang ditawarkan. Ketika ketertarikan sudah terbentuk maka langkah selanjutnya adalah membawa persepsi pengguna kepada kepuasan, loyalitas, bahkan kesediaan untuk merekomendasikannya kepada orang lain.
3. Bagi pihak aplikator baik Gojek maupun Grab dapat memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi agar konsumen / pengguna bersedia menggunakan dan mengadaptasi penggunaan sistem pemanggil taksi daring

untuk mempermudah aktivitas transportasi mereka. Faktor-faktor yang dimaksud seperti yang disebutkan dalam pembahasan diatas sesuai dengan variabel-variabel yang telah dibahas diatas.

4. Bagi pihak aplikator (Gojek dan Grab) sebaiknya mampu fokus terhadap seluruh determinan variabel *behavioral intention*, seperti yang sudah disebutkan dalam pembahasan diatas, yaitu *Perceived Usefulness* (persepsi akan kegunaan), *Perceived Ease of Use*, *Attitude*, dan *User Satisfaction* seperti yang telah dijelaskan diatas. Hal ini bertujuan untuk memperkuat aspek variabel *Behavioral Intention* yang tujuannya adalah membuat dapat pengguna menggunakan secara reguler, menjadikan penggunaan sebagai kebiasaan, menggunakan dalam jangka waktu panjang, loyal, bahkan merekomendasikannya kepada orang lain.

5. Bagi pihak aplikator (Gojek dan Grab) sebaiknya mampu fokus pada determinan dari *Perceived Usefulness* (persepsi akan kegunaan) dan *Perceived Ease Of Use* (persepsi kemudahan penggunaan) yaitu *Task-Technology Fit* yang fokus terhadap kemampuan penggunaan aplikasi dalam meningkatkan kinerja dari pengguna dan nilai tambah dari penggunaan aplikasi dalam meningkatkan kinerja pengguna.

6. Bagi pihak aplikator (Gojek / Grab) sebaiknya harus memperhatikan variabel *Attitude* dan *User Satisfaction* karena disamping menjadi determinan dalam membentuk model TAM dalam hal ini memiliki pengaruh langsung terhadap variabel *Behavioral Intention* (BI) juga memediasi variabel PU terhadap BI dan variabel PEOU terhadap BI.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis terhadap keseluruhan data penelitian, saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Melakukan pengujian model yang sama dengan melakukan penelitian pada objek penelitian baru diluar aplikasi pemanggil taksi secara daring, namun masih di dalam konteks adaptasi dan adopsi dari penggunaan sistem yang baru.
2. Melakukan penelitian dengan ruang lingkup penelitian yang lebih luas, tidak hanya di wilayah Jakarta, namun dapat dilakukan di wilayah-wilayah lain di Indonesia agar dapat mencerminkan kondisi konsumen/pengguna di Indonesia secara keseluruhan.
3. Memperluas model penelitian dengan mengembangkan model penelitian dengan model adopsi teknologi yang lain, misalnya UTAUT, TPB, TRA dan teori adopsi lainnya.
4. Bagi penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel baru atau membentuk model penelitian yang baru sehingga dapat meanmbah wawasan dalam pengembangan teori adaptasi.
5. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan teori perilaku konsumen yang dapat diintegrasikan dengan teori adopsi yang digunakan dalam penelitian ini agar hasil penelitian dapat lebih diaplikasikan dalam penggunaan.