

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan dari hasil pembahasan mengenai analisis serta pembuktian terhadap hipotesis yang dibahas tentang bagaimana perilaku konsumen pada Aplikasi Grab di Kebumen, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian variabel menunjukkan bahwa *Perceived usefulness* berpengaruh terhadap *Trust*. Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna aplikasi Grab di wilayah Kabupaten Kebumen memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi ketika aplikasi tersebut dirasakan memberikan manfaat dalam mendukung aktivitas sehari-hari. Manfaat yang dirasakan, seperti kemudahan dalam memenuhi kebutuhan transportasi dan layanan, mampu meningkatkan rasa percaya pengguna terhadap aplikasi Grab di Kabupaten Kebumen.
2. Hasil pengujian variabel menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Trust*. Hal ini mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi Grab di wilayah Kabupaten Kebumen secara langsung meningkatkan kepercayaan pengguna. Semakin mudah aplikasi digunakan, dipahami, dan dioperasikan, maka pengguna akan merasa nyaman dan yakin dalam menggunakan aplikasi Grab. Kemudahan tersebut membuat pengguna merasa bahwa aplikasi dapat

digunakan secara praktis dan minim kendala, sehingga kepercayaan pengguna terhadap aplikasi semakin meningkat.

3. Hasil pengujian variabel menunjukkan bahwa *Perceived usefulness* berpengaruh terhadap *Intention to Use*. Hal ini mengindikasikan bahwa manfaat yang dirasakan pengguna aplikasi Grab di Kabupaten Kebumen mampu meningkatkan niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi Grab. Semakin besar manfaat yang diperoleh, seperti kemudahan dalam memenuhi kebutuhan transportasi.
4. Hasil pengujian variabel menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Intention to Use*. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi Grab di wilayah Kabupaten Kebumen mampu meningkatkan niat pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut. Semakin mudah aplikasi dipahami dan dioperasikan, maka pengguna akan merasa lebih nyaman dan tertarik untuk terus menggunakan aplikasi Grab saat dibutuhkan.
5. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Trust* tidak berpengaruh terhadap *Intention to Use*. Hal ini menunjukkan kepercayaan tidak cukup untuk berniat menggunakan aplikasi Grab di wilayah Kabupaten Kebumen karena dianggap sebagai hal yang sudah wajar, sehingga tidak menjadi faktor utama dalam meningkatkan niat penggunaan.
6. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Trust* tidak mampu memediasi pengaruh *Perceived usefulness* terhadap *Intention to Use* pada pengguna aplikasi Grab di wilayah Kabupaten Kebumen. Hal ini mengindikasikan

bahwa meskipun pengguna merasakan manfaat dari penggunaan aplikasi Grab, manfaat tersebut belum secara tidak langsung meningkatkan niat penggunaan melalui peningkatan kepercayaan. Dengan kata lain, tingkat kepercayaan pengguna tidak menjadi jalur perantara yang memperkuat hubungan antara manfaat yang dirasakan dan niat untuk menggunakan aplikasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa niat penggunaan aplikasi Grab di Kabupaten Kebumen kemungkinan lebih dipengaruhi oleh faktor lain di luar kepercayaan, seperti kebutuhan situasional, promosi, atau faktor kebiasaan pengguna.

7. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Trust* tidak mampu memediasi pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use* pada pengguna aplikasi Grab di Kabupaten Kebumen. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun aplikasi Grab dirasakan mudah digunakan oleh pengguna, kemudahan tersebut belum secara tidak langsung mendorong niat penggunaan melalui peningkatan kepercayaan. Dengan kata lain, kemudahan penggunaan belum menjadi faktor utama dalam membentuk kepercayaan yang kemudian berpengaruh terhadap niat menggunakan aplikasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa niat penggunaan aplikasi Grab di Kabupaten Kebumen cenderung dipengaruhi oleh faktor lain di luar kemudahan penggunaan dan kepercayaan, seperti kebutuhan praktis, promosi, atau kebiasaan penggunaan.

5.2. Keterbatasan

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian yang membahas tentang *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *trust* dan *intention to use* pada pengguna di Kebumen masih jauh untuk dikatakan sempurna, karena adanya keterbatasan dalam penelitian ini. Beberapa keterbatasan yang mempengaruhi hasil Penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada generasi Z yang menggunakan aplikasi Grab di Kabupaten Kebumen, sehingga hasil penelitian lebih menggambarkan perilaku Generasi Z dalam menggunakan aplikasi Grab. Oleh karena itu, hasil penelitian ini belum tentu dapat digeneralisasikan pada kelompok generasi lainnya yang memiliki karakteristik perilaku penggunaan teknologi yang berbeda.
2. Penelitian ini memiliki Data penelitian yang diperoleh melalui kuesioner tertutup, sehingga responden hanya dapat memberikan jawaban sesuai dengan alternatif yang telah disediakan. Hal tersebut menyebabkan peneliti belum dapat menggali informasi serta pendapat responden secara lebih mendalam terkait penggunaan aplikasi Grab.
3. Penelitian ini menghadapi keterbatasan dalam menentukan jumlah populasi secara akurat karena tidak ditemukan publikasi resmi yang menyajikan data jumlah pengguna Grab khusus di Indonesia. Sebagian besar data yang tersedia masih disajikan dalam lingkup regional Asia Tenggara. Oleh sebab itu, penentuan sampel dilakukan menggunakan

pendekatan non-probability sampling sesuai dengan karakteristik responden yang telah ditetapkan.

4. Berdasarkan nilai *R-Square* (R^2), penelitian ini masih memiliki keterbatasan dalam menjelaskan variabel dependen secara menyeluruh. Nilai *R-Square* pada variabel intention to use sebesar 39,1% sedangkan sisanya sebesar 60,9% di pengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Selain itu, nilai *R-Square* pada trust sebesar 0,509 menunjukkan bahwa variabel *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* hanya mampu menjelaskan sebesar 49,1% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak di bahas di dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang relevan agar hasil penelitian menjadi luas dan mendalam.
5. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu tertentu, sehingga belum mampu menggambarkan perubahan perilaku pengguna aplikasi Grab dalam jangka panjang.

5.3. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada penelitian-penelitian terdahulu maka hasil penelitian ini nantinya mampu memberikan kontribusi implikasi teoritis sebagai berikut:

5.3.1. Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang sudah dibahas dalam penelitian ini, maka penulis memberikan implikasi sebagai berikut:

1. Pihak Grab perlu menekankan pada peningkatan manfaat layanan, seperti keandalan fitur, ketepatan layanan, dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan pengguna agar pengguna merasa aplikasi dapat membantu aktivitas sehari-hari secara lebih efektif dan efisien.
2. Grab tetap perlu mempertahankan desain aplikasi yang sederhana dan mudah dipahami agar tidak menimbulkan hambatan bagi pengguna.
3. Grab perlu berupaya untuk meningkatkan kepercayaan pengguna yaitu dapat dilakukan melalui konsistensi kualitas layanan, keamanan transaksi, dan transparansi informasi, meskipun kepercayaan belum terbukti berpengaruh langsung terhadap niat penggunaan.

5.3.2. Implikasi Teoritis

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberikan kontribusi implikasi teoritis sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini memperkaya kajian *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan menunjukkan bahwa hubungan antar variabel dapat berbeda ketika diterapkan pada wilayah non-metropolitan seperti Kabupaten Kebumen, sehingga membuka peluang pengembangan model penerimaan teknologi yang lebih kontekstual

2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap trust, sehingga memperkuat konsep dalam TAM bahwa manfaat yang dirasakan merupakan faktor penting dalam membentuk sikap dan kepercayaan pengguna terhadap teknologi.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap trust pada pengguna aplikasi Grab di Kabupaten Kebumen. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin sederhana dan mudah di pahami suatu aplikasi, maka akan semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap system tersebut. Dengan demikian *perceived ease of use* tidak hanya memengaruhi penerimaan teknologi secara langsung, tetapi juga berperan dalam membentuk trust sebagai faktor psikologis pengguna.
4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use* pada pengguna aplikasi transportasi online di Kabupaten Kebumen. Secara teoritis, hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan pengguna dari suatu aplikasi, maka semakin besar pula niat untuk menggunakan aplikasi tersebut. Dengan demikian, *perceived usefulness* memiliki peran penting dalam membentuk *intention to use*, karena pengguna cenderung akan menerima dan

menggunakan teknologi yang dianggap mampu memberikan manfaat nyata dalam aktivitas mereka.

5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use* pada pengguna aplikasi transportasi online di Kabupaten Kebumen. Dengan demikian, *perceived ease of use* memiliki peran penting dalam membentuk *intention to use*, karena pengalaman penggunaan yang sederhana dapat meningkatkan kenyamanan serta mendorong penerimaan teknologi oleh pengguna membentuk *intention to use*, karena pengalaman penggunaan yang sederhana dapat meningkatkan kenyamanan serta mendorong penerimaan teknologi oleh pengguna.
6. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada pengguna aplikasi Grab di Kabupaten Kebumen, variabel *trust* tidak selalu menjadi faktor utama dalam membentuk *intention to use*. Hasil ini memperkaya kajian pada TAM serta model kepercayaan, dengan menunjukkan bahwa peran *trust* dapat menurun signifikasinya dalam situasi tertentu, khususnya ketika pengguna lebih menekankan pada aspek kemudahan dan manfaat yang dirasakan secara langsung
7. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *trust* tidak mampu memediasi pengaruh variabel-variabel independent terhadap *intention to use* hal ini menunjukkan bahwa pembentukan *intention*

to use tidak selalu melalui peningkatan kepercayaan terlebih dahulu. Dalam kontek penelitian ini, pengguna cenderung membentuk niat pengguna secara langsung berdasarkan faktor lain yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, tanpa harus melalui trust sebagai variabel perantara.

