

BAB V

SIMPULAN

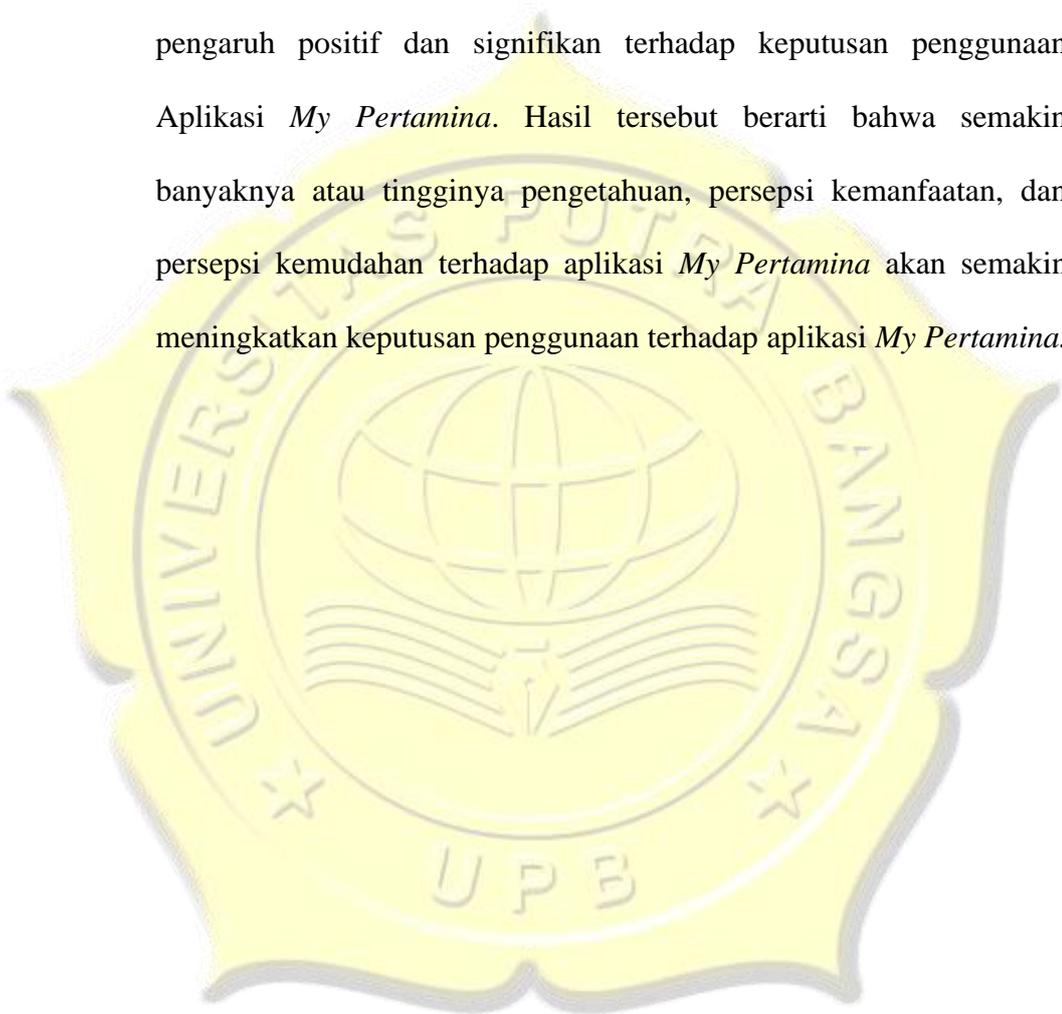
5.1 Simpulan

Berdasarkan data yang terkumpul dari kuisioner mengenai *Product Knowledge*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Ease of Use* terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi *My Pertamina* di Kabupaten Kebumen, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Responden yang telah mengisi kuisioner sebanyak 100 orang dengan jumlah 78% responden berjenis kelamin laki-laki dan 22% berjenis kelamin perempuan. Jumlah terbanyak pada rentan usia 24 – 30 Tahun sebanyak 51% dengan status pekerjaan terbanyak yaitu Wiraswasta.
2. Berdasarkan hasil Uji Regresi *Product Knowledge* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Aplikasi *My Pertamina*. Hasil tersebut berarti bahwa semakin tinggi atau semakin banyak pengetahuan seseorang terhadap aplikasi *My Pertamina* maka akan semakin meningkat keputusan penggunaan terhadap aplikasi *My Pertamina*.
3. Berdasarkan hasil Uji Regresi *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Aplikasi *My Pertamina*. Hasil tersebut berarti bahwa semakin persepsi kemanfaatan aplikasi *My Pertamina* akan semakin meningkatkan keputusan penggunaan terhadap aplikasi *My Pertamina*.
4. Berdasarkan hasil Uji Regresi *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan

Aplikasi *My Pertamina*. Artinya semakin tingginya persepsi kemudahan aplikasi *My Pertamina* akan semakin meningkatkan keputusan penggunaan terhadap aplikasi *My Pertamina*.

5. Berdasarkan hasil Uji Regresi *Product Knowledge*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Ease of Use* secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Aplikasi *My Pertamina*. Hasil tersebut berarti bahwa semakin banyaknya atau tingginya pengetahuan, persepsi kemanfaatan, dan persepsi kemudahan terhadap aplikasi *My Pertamina* akan semakin meningkatkan keputusan penggunaan terhadap aplikasi *My Pertamina*.



5.2 Keterbatasan

Peneliti menyadari jika dalam penelitian yang berkaitan dengan pengaruh *Product Knowledge*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Ease of Use* terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi *My Pertamina* di Kabupaten Kebumen ini masih jauh dari kata sempurna, hal ini terjadi karena adanya keterbatasan yang terjadi dalam penelitian dan tidak bisa untuk dihindarkan. Keterbatasan-keterbatasan yang mempengaruhi hasil penelitian ini antara lain:

1. Penelitian ini belum dapat mengungkapkan secara keseluruhan faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi *My Pertamina* di Kabupaten Kebumen hanya terbatas pada variabel *Product Knowledge*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Ease of Use*.
2. Penelitian ini terbatas hanya untuk masyarakat Kabupaten Kebumen, apabila penelitian ini dilakukan pada objek yang berbeda maka kemungkinan hasil dalam penelitian selanjutnya akan berbeda.
3. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuisioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh sampel tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya.

5.3 Implikasi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Product Knowledge*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Ease of Use* terhadap Keputusan Penggunaan. Implikasi praktis dan implikasi teoritis yang disarankan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

5.3.1 Implikasi Praktis

1. Keputusan penggunaan aplikasi *My Pertamina* faktor yang penting dalam dunia bisnis, karena sebagai acuan pada perkembangan bisnis itu sendiri. Dengan adanya keputusan penggunaan, manajemen dapat menggali faktor apa saja yang akan mempengaruhi keputusan penggunaan.
2. Pengaruh *Product Knowledge* terhadap keputusan penggunaan aplikasi *My Pertamina* lebih besar dari pada *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*. Perusahaan Pertamina harus lebih menggali kembali mengenai *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* untuk dapat meningkatkan keputusan penggunaan aplikasi *My Pertamina* dengan beberapa strategi sehingga perusahaan dapat memberikan pelayanan yang lebih maksimal terhadap calon konsumennya.

5.3.2 Implikasi Teoritis

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Product Knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi *My Pertamina* di Kabupaten Kebumen. Penelitian ini sejalan dengan teori Peter dan Olson (2015:70) mendefinisikan pengetahuan produk sebagai pengetahuan konsumen yang berkaitan dengan pengetahuan tentang ciri atau karakter produk, konsekuensi menggunakan produk, dan nilai tingkat kepuasan yang akan dicapai oleh produk.

keputusan konsumen sangat dipengaruhi oleh tingkat pengetahuannya. Tingkat pengetahuan yang semakin tinggi mampu mengurangi rasa kecewa konsumen dikemudian hari. Hal ini sejalan dengan penelitian Widodo (2017) yang menyatakan bahwa *product knowledge* berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian I Made Irwan Gunawan dan I Wayan Suartina. (2021) *product knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.

2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi *My Pertamina* di Kabupaten Kebumen. Penelitian ini sejalan dengan teori Menurut Shomad dan Purnomosidhi (2012) dalam penelitian Tifani Lidiya Febri Arta dan Siti Nur Azizah (2020) *perceived usefulness* merupakan suatu ukuran yang mana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Penelitian ini sejalan dengan Rizky Ramadhany Sito Putri dan Sri Setyo Iriani (2021) Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Tifani Lidiya Febri Arta dan Siti Nur Azizah

(2020) Terdapat pengaruh yang signifikan variabel *perceived usefulness* terhadap keputusan menggunakan.

3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Persepsi Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi *My Pertamina* di Kabupaten Kebumen. Penelitian ini sejalan dengan teori Davis (1989) dalam penelitian Tifani Lidiya Febri Arta dan Siti Nur Azizah (2020) *perceived ease of use* merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. penelitian ini sejalan dengan penelitian Tifani Lidiya Febri Arta dan Siti Nur Azizah (2020) Terdapat pengaruh yang signifikan variabel *perceived ease of use* terhadap keputusan menggunakan. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian dari Lestarie dkk (2020) yang menyimpulkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan.