

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

Pada bab ini berdasarkan hasil analisis data akan disajikan kesimpulan atas hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Kemudian, berdasarkan hasil penarikan kesimpulan penelitian akan diajukan saran kebijakan yang terkait permasalahan dalam penelitian. Selain itu, dikemukakan pula adanya beberapa keterbatasan penelitian yang dialami sehingga nantinya dapat disempurnakan pada penelitian-penelitian selanjutnya.

A. Simpulan Penelitian

Dari hasil uji statistika dan analisa terhadap data yang telah disajikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik simpulan atas pertanyaan-pertanyaan peneliti sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji Hipotesis 1 (H1) yang telah disajikan pada bab sebelumnya, hasilnya menunjukkan bahwa ternyata *perceived ease to use* berpengaruh secara signifikan terhadap *perceived usefulness*. Artinya, semakin tinggi tingkat *perceived ease to use* (persepsi kemudahan penggunaan) pada aplikasi KAI *access*, maka akan semakin tinggi juga tingkat *perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan)
2. Hasil uji Hipotesis 2 (H2) yang telah disajikan pada bab sebelumnya, hasilnya menunjukkan bahwa ternyata *perceived ease to use*

3. memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap *attitude toward using*. Artinya, semakin mudah konsumen menggunakan suatu aplikasi maka sikap yang akan ditunjukkan terhadap penerimaan aplikasi oleh konsumen akan semakin meningkat.
4. Hasil uji Hipotesis 3 (H3) yang telah disajikan pada bab sebelumnya, hasilnya menunjukkan bahwa ternyata *perceived usefulness* memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap *attitude toward using*. Artinya, semakin banyak manfaat yang diberikan oleh KAI *access* kepada konsumen, maka sikap yang akan ditunjukkan terhadap penerimaan aplikasi oleh konsumen akan semakin meningkat.
5. Hasil uji Hipotesis 4 (H4) yang telah disajikan pada bab sebelumnya, hasilnya menunjukkan bahwa ternyata *perceived usefulness* memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Artinya, semakin banyak manfaat yang diberikan oleh KAI *access* kepada konsumen, maka minat konsumen untuk menggunakan aplikasi untuk saat ini dan dimasa yang akan datang akan semakin meningkat.
6. Hasil uji Hipotesis 5 (H5) yang telah disajikan pada bab sebelumnya, hasilnya menunjukkan bahwa ternyata *attitude toward using* memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Artinya, semakin baik sikap yang ditunjukkan terhadap penggunaan aplikasi KAI *access* maka minat konsumen

untuk menggunakan aplikasi untuk saat ini dan dimasa yang akan datang akan semakin meningkat.

B. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini tentu saja masih terdapat banyak hal yang jauh dari ideal, hal-hal yang perlu diungkapkan terkait keterbatasan penelitian, seperti :

1. Dalam penelitian ini, peneliti secara luas meneliti subjek konsumen pengguna aplikasi KAI *access*, dengan tidak memberikan spesifikasi tertentu pada umur atau pada profesi tertentu.
2. Penelitian ini mengambil objek hanya satu aplikasi, yaitu KAI *access* dan tidak melakukan perbandingan terhadap penerimaan suatu teknologi oleh konsumen pada aplikasi pesaing seperti Tiket.com, Traveloka, Pegipegi, Tokopedia, dan aplikasi sejenis lainnya.
3. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil objek penelitian KAI *access* yang hanya berfungsi pada reservasi tiket kereta api saja.
4. Data yang diperoleh kurang baik dari uji normalitas yang menunjukkan hasil ketidaknormalan data, sehingga perlu dilakukan *bostrapping data*.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka ada beberapa saran yang berkaitan dengan PT. Kereta Api Indonesia (KAI) sebagai bahan dalam perumusan kebijakan terkait relasi variabel yang diamati, maupun saran yang

berkaitan dengan penelitian selanjutnya untuk dapat menyempurnakan temuan-temuan yang telah dihasilkan dari penelitian ini.

1. Saran Bagi PT. Kereta Api Indonesia

Pada penelitian ini, diketahui bahwa terdapat pengaruh-pengaruh dari beberapa variabel pengamatan yang mempengaruhi intensi seseorang konsumen dalam menggunakan aplikasi KAI *access* untuk saat ini dan dimasa yang akan datang. Berdasarkan temuan penelitian pengaruh tersebut berasal dari faktor persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan dan sikap terhadap penggunaan. Diketahui juga dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap sikap yang akan ditunjukkan oleh konsumen pasca menggunakan KAI *access* dari pada persepsi kemudahan penggunaannya. Lalu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) juga memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap minat konsumen dalam menggunakan aplikasi KAI *access*.

Dari temuan diatas, PT Kereta Api Indonesia sudah sangat baik dalam menciptakan sebuah aplikasi yang dapat memenuhi keinginan konsumen dari segi manfaat yang diberikan, tetapi tidak menutup kemungkinan persepsi kemudahan di masa yang akan datang akan dapat menarik minat konsumen, jadi saran dari peneliti adalah terus menerus melakukan survei dan mendengar keluhan dan kritik dari konsumen tentang KAI *access*, serta terus

melakukan pengembangan perbaikan agar KAI *access* dapat lebih memberikan kemudahan serta manfaat bagi para pengguna jasa kereta api di Indonesia.

2. Saran bagi penelitian selanjutnya

Mengingat beberapa keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, maka untuk kedepannya peneliti menyarankan :

- a. Lebih mempersempit penelitian pada subjek dengan kriteria tertentu seperti umur dan jenis profesi tertentu, dengan demikian hasil penelitian akan lebih terspesifik pada segmen tertentu.
- b. Membandingkan aplikasi yang sedang diteliti dengan aplikasi sejenis yang lebih banyak digunakan oleh mayoritas masyarakat Indonesia.
- c. Mengenai normalitas data, akan lebih baik jika data terdistribusi normal sehingga data tidak harus dilakukan uji bootstrapping.