

## BAB V

### PENUTUP

Dalam bab 5 ini membahas mengenai kesimpulan dan saran dari penulis dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang didapat untuk menjawab rumusan masalah adalah sebagai berikut.

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna dalam menggunakan *Smartwatch* sebagai pengukur aktivitas olahraga adalah faktor *Mobility* berpengaruh terhadap *Perceived usefulness* dan *Perceived ease of use*, Faktor *Perceived affective quality* berpengaruh terhadap *Perceived usefulness* dan faktor *Availability* berpengaruh terhadap *Perceived ease of use*. Sedangkan *Trust* tidak sama sekali berpengaruh terhadap *Perceived usefulness* atau *Perceived ease of use*.
2. Beberapa rekomendasi yang dapat diberikan kepada pengembang *Smartwatch* adalah sebagai berikut :
  - a. Variabel *Mobility* berpengaruh terhadap *Perceived usefulness* dan *Perceived ease of use*. Sehingga rekomendasi yang diberikan terhadap industri *Smartwatch* adalah lebih meningkatkan lagi kemudahan melakukan konektivitas *Smartwatch* dengan perangkat lain, sehingga *Smartwatch* tersebut dapat digunakan untuk olahraga apapun dan dimanapun, agar dapat meningkatkan efektivitas dan produktivitas mereka dalam berolahraga.

- b. Variabel *Availability* berpengaruh terhadap *Perceived ease of use*. Sehingga rekomendasi yang diberikan terhadap industri *Smartwatch* adalah harus mempertahankan fitur olahraga yang lebih lengkap dan tampilan aplikasi yang lebih sederhana, sehingga ketersediaan informasi yang didapat saat berolahraga lebih dipahami oleh pengguna saat mengakses aplikasi tersebut. Dengan pengguna mudah memiliki banyak akses ke aplikasi olahraga maka pengguna merasa perangkat ini bermanfaat untuk mengukur aktivitas olahraganya apapun dan dimanapun. Semakin tinggi akses yang diberikan maka akan meningkatkan kegunaan yang dirasakan
- c. Variabel *Perceived affective quality* berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness*. Sehingga rekomendasi bagi pengembang *Smartwatch* harus meningkatkan strategi komunikasi/pemasaran yang baik agar dapat mempengaruhi atau memberikan kesan positif pengguna dalam menggunakan *Smartwatch* dimasa depan, dengan kemudahan fitur-fitur yang ditawarkan akan mempengaruhi pengguna bahwa *Smartwatch* yang digunakan dapat bermanfaat untuk mengukur aktivitas olahraganya.
- d. *Trust* tidak berpengaruh terhadap *Perceived usefulness* dan *Perceived ease of use*. Sehingga rekomendasi bagi pengembang *Smartwatch* harus mempertahankan keakuratan data olahraga pengguna, keamanan sistem, dan fitur-fitur olahraga yang mudah digunakan. Serta didukung dengan strategi komunikasi/pemasaran yang baik untuk menyakinkan pengguna mengenai fitur-fitur yang

mudah digunakan, keamanan sistem, keakuratan data pribadi pengguna yang ada pada *Smartwatch* dapat dipercaya. Dengan strategi komunikasi/pemasaran yang tepat maka kepercayaan terhadap merek juga meningkat. Sehingga dapat mempengaruhi pengguna untuk menggunakan *Smartwatch* di masa depan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian diatas, maka dapat direkomendasikan beberapa saran sebagai berikut :

- a. Model ukur yang digunakan pada penelitian ini dapat menjelaskan niat pengguna Smartwatch sebesar 40,7%, maka untuk peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan variabel lain seperti variabel *Price Value* dan Variabel *Fashionablity*. Sehingga diharapkan nilai dari model ini meningkat.
- b. Dari data yang telah didapat mayoritas pengguna pada penelitian ini adalah pengguna merek Samsung, sehingga untuk peneliti selanjutnya dapat mengajak kerjasama merek Samsung untuk mengetahui faktor apa yang mempengaruhi pengguna menggunakan *Smartwatch* untuk merek Samsung saja.