

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil olah data dan pembahasan yang telah dilakukan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh variabel *Perceived Usefulness* (X1) terhadap *Satisfaction* (Z) memiliki arah yang positif dan signifikan, maka dapat diartikan bahwa pengguna merasa bahwa aplikasi Indrive bermanfaat bagi pengguna dalam memesan ojek online. Sehingga pengguna merasa puas dengan aplikasi Indrive.
2. Pengaruh variabel *Perceived Ease of Use* (X2) terhadap *Satisfaction* (Z) memiliki arah yang positif dan signifikan, maka dapat diartikan bahwa pengguna merasa puas terhadap aplikasi Indrive karena kemudahan yang mereka dapatkan ketika menggunakan aplikasi tersebut.
3. Pengaruh variabel *Service Quality* (X3) terhadap *Satisfaction* (Z) memiliki arah yang positif dan signifikan, maka dapat diartikan bahwa pengguna merasa kualitas layanan pada aplikasi Indrive lumayan baik. Sehingga, pengguna merasa puas dalam menggunakan aplikasi Indrive.
4. Pengaruh variabel *Satisfaction* (Z) terhadap *Continuance Intention* (Y) berpengaruh positif dan signifikan, maka dapat diartikan bahwa setelah menggunakan aplikasi Indrive pengguna merasa puas dan senang terhadap aplikasi tersebut. Hal tersebut mendorong pengguna untuk terus menggunakan aplikasi Indrive secara berkelanjutan.

5. Pengaruh variabel *Perceived Usefulness* (X1) terhadap *Continuance Intention* (Y) memiliki arah yang negatif dan tidak signifikan, maka dapat diartikan bahwa pengguna aplikasi Indrive merasa bahwa aplikasi Indrive bermanfaat bagi pengguna dalam memesan ojek online. Namun, hal tersebut masih belum cukup bisa mendorong pengguna untuk berniat untuk menggunakan aplikasi Indrive secara berkelanjutan di waktu yang akan datang
6. Pengaruh variabel *Perceived Ease of Use* (X2) terhadap *Continuance Intention* (Y) memiliki arah yang positif dan signifikan, maka dapat diartikan bahwa pengguna aplikasi Indrive merasakan kemudahan dalam menggunakan aplikasi tersebut. Hal tersebut menyebabkan pengguna untuk berniat menggunakan aplikasi Indrive secara berkelanjutan di waktu yang akan datang.
7. Pengaruh variabel *Service Quality* (X3) terhadap terhadap *Continuance Intention* (Y) memiliki arah yang positif namun tidak signifikan, maka dapat diartikan bahwa pengguna merasa kualitas layanan pada aplikasi Indrive lumayan baik. Namun, hal tersebut masih belum cukup bisa mendorong pengguna untuk berniat untuk menggunakan aplikasi Indrive secara berkelanjutan di waktu yang akan datang.

5.2 Saran

Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan atau saran untuk penelitian selanjutnya dan kepada pihak aplikasi Indrive. saran yang dapat dipertimbangkan adalah sebagai berikut :

1. Untuk penelitian selanjutnya yang membahas terkait niat penggunaan berkelanjutan pada aplikasi transportasi online, maka dapat menggunakan objek yang berbeda seperti Gojek, Grab, Maxim, Viuit, dan lain-lain. Jika penelitian selanjutnya menggunakan teori yang sama yaitu *Expectation Confirmation Model* (ECM) atau *Technology Acceptance Model* (TAM), maka dapat menambahkan atau memodifikasi menggunakan teori yang lain atau sejenis seperti *The Theory of Planned Behavior* (TPB), *Task Technology Fit* (TTF) atau teori lainnya yang berkaitan dengan salah satu atau kedua teori tersebut.
2. Saran untuk aplikasi Indrive, berdasarkan hasil penelitian ini, faktor manfaat dan kualitas layanan pada aplikasi Indrive saat ini masih belum menjamin pengguna untuk berniat menggunakan aplikasi Indrive secara berkelanjutan. Perusahaan dapat melakukan pertimbangan terkait kedua faktor tersebut sehingga dapat meningkatkan niat penggunaan berkelanjutan aplikasi Indrive oleh pengguna.