

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian berjudul “Pengaruh *Social Information Processing and Perceived Usefulness* dalam Membangun *Customer Trust* pada Pengguna Halodoc” ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 (H1) diterima, dapat dinyatakan bahwa variabel *social information processing* (X_1) dan *perceived usefulness* (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap dalam membangun *customer trust* (Y) pada pengguna Halodoc dengan tingkat hubungan sangat kuat. Pengguna merasa layanan fitur informasi pada Halodoc sangat bermanfaat dan pengguna merasa puas dengan aplikasi Halodoc, sehingga menjadikan pengguna juga merasa aman dan percaya saat menggunakan aplikasi Halodoc.
2. Hipotesis 2 (H2) diterima, dapat dinyatakan bahwa variabel *social information processing* (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap dalam membangun *customer trust* (Y) pada pengguna Halodoc dengan tingkat hubungan sedang. Pengguna merasa terbantu akan adanya layanan informasi yang ada pada Halodoc, sehingga pengguna juga dapat merasa lebih percaya akan adanya informasi yang telah tersedia pada aplikasi Halodoc.

3. Hipotesis 3 (H3) diterima, dapat dinyatakan bahwa variabel *perceived usefulness* (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap dalam membangun *customer trust* (Y) pada pengguna Halodoc dengan tingkat hubungan sedang. Pengguna merasa puas dan terbantu akan adanya layanan fitur Halodoc, sehingga dapat menjadikan pengguna mempercayai akan fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi Halodoc.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah:

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, membuktikan bahwa *social information processing* yang telah diterapkan dan *perceived usefulness* yang diberikan oleh Halodoc dapat memberikan *customer trust* tersendiri pada pengguna Halodoc. Oleh karena itu, Perusahaan Halodoc diharapkan agar tetap mempertahankan dan menjaga citra merek yang telah dibangun sejak perusahaan didirikan sebagai bentuk kepedulian Halodoc dalam memberikan pelayanan pelanggan dan bentuk kepedulian terhadap data pelanggan dalam memberikan pengalaman positif dan terbaik saat bertransaksi pada Halodoc. Dengan mempertahankan pelayanan serta jasa yang disediakan pada fitur-fitur Halodoc dan layanan diskon voucher transaksi lainnya, pengguna yang

membutuhkan jasa maupun produk dalam bidang kesehatan dapat sangat terbantu dengan adanya aplikasi kesehatan Halodoc.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan bacaan serta diharapkan dapat meneliti serta mengkaji lebih jauh agar kemudian dapat diketahui kekurangan maupun keterbatasan yang ada dipenelitian ini agar kemudian dapat diperbaiki dalam rangka untuk membangun *customer trust* pada aplikasi digital.