

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan temuan dalam hasil skripsi mengenai penerimaan pengguna terhadap aplikasi RedBus dengan menggunakan model UTAUT yang dimodifikasi, ditemukan bahwa variabel *Performance Expectancy* dan *Facilitating Condition* berpengaruh signifikan memengaruhi *Trust*. Sebaliknya, *Effort Expectancy* dan *Social Influence* tidak memberikan pengaruh langsung terhadap *Trust*. Selain itu, *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, dan *Facilitating Condition* terbukti secara signifikan memengaruhi *Purchase Decision*, sedangkan *Social Influence* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa *Trust* berperan sebagai mediator dalam memperkuat pengaruh *Performance Expectancy* dan *Facilitating Condition* terhadap *Purchase Decision*. Namun, tidak berperan sebagai mediator dalam hubungan antara *Effort Expectancy* maupun *Social Influence* terhadap *Purchase Decision*. Selanjutnya, *Purchase Decision* berpengaruh signifikan terhadap *Customer satisfaction*. Kemudian, *Perceived Cost* dan *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention*, sementara itu *Habit* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention*. Dengan demikian, persepsi pengguna terhadap kinerja aplikasi dan kemudahan dalam mengakses fasilitas sangat berperan dalam membangun kepercayaan, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan pembelian. Kepercayaan pengguna juga memperkuat pengaruh kedua faktor tersebut terhadap keputusan untuk membeli. Keputusan pembelian yang positif akan meningkatkan kepuasan pengguna, dan persepsi terhadap biaya juga turut memengaruhi niat pengguna untuk membeli kembali, keduanya berkontribusi pada niat pengguna untuk membeli kembali. Sementara itu, kebiasaan penggunaan aplikasi tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian ulang. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan dan kepuasan pengguna menjadi hal penting untuk menjaga loyalitas pelanggan terhadap aplikasi RedBus.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan antara lain:

1. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel-variabel seperti *Perceived Risk*, *Perceived Security*, dan *Hedonic Motivation* guna memperkaya analisis terhadap penerimaan pengguna. Penambahan variabel ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pengguna dalam menggunakan aplikasi RedBus, terutama dalam konteks layanan digital berbasis pemesanan tiket *online*.
2. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel moderasi seperti usia dan pengalaman menggunakan aplikasi. Kedua variabel ini dinilai relevan untuk menganalisis sejauh mana karakteristik pengguna memengaruhi hubungan antar konstruk utama, serta memberikan wawasan yang lebih mendalam terkait perbedaan perilaku dan persepsi pengguna dalam menggunakan layanan RedBus.