BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada studi mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial tentang persepsi penggunaan dan kualitas pelayanan elektronik terhadap minat beli, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi penggunaan diperoleh skor total tertinggi sebanyak 637 dan skor terendah sebanyak 506. Responden yang memberikan penilaian terhadap persepsi penggunaan masuk dalam kategori sangat setuju sebanyak 394 responden (18%), kategori setuju sebanyak 1126 responden (50%), kategori cukup setuju sebanyak 637 responden (28%), kategori tidak setuju sebanyak 76 responden (3%), kategori sangat tidak setuju sebanyak 17 responden (1%).
2. Kualitas pelayanan elektronik diperoleh skor total tertinggi sebanyak 597 dan skor terendah sebanyak 507. Responden yang memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan elektronik masuk dalam kategori sangat setuju sebanyak 250 responden (11%), kategori setuju sebanyak 1112 responden (49%), kategori cukup setuju sebanyak 766 responden (34%), kategori tidak setuju sebanyak 105 responden (5%), kategori sangat tidak setuju sebanyak 17 responden (1%).
3. Minat beli diperoleh skor total tertinggi sebanyak 556 dan skor terendah sebanyak 455. Responden yang memberikan penilaian terhadap minat beli masuk dalam kategori sangat setuju sebanyak 268 responden (12%), kategori setuju sebanyak 879 responden (39%), kategori cukup setuju sebanyak 853 responden (38%), kategori tidak setuju sebanyak 201 responden (9%), kategori sangat tidak setuju sebanyak 49 responden (2%).
4. Persepsi penggunaan berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan elektronik mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial pada transportasi *online* Gojek. Hal ini dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 4,802 dengan tingkat signifikan 0,000<0,05. Dan koefisien regresi sebesar 0,664.

5. Persepsi penggunaan berpengaruh positif terhadap Minat Beli mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial pada transportasi *online* Gojek. Hal ini dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 7,698 dengan tingkat signifikan 0,000<0,05, dan koefisien regresi
6. Kualitas pelayanan elektronik berpengaruh positif terhadap Minat Beli mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial pada transportasi *online* Gojek.
7. Pengaruh persepsi penggunaan dan kualitas pelayanan elektronik memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat beli Transportasi *Online* Gojek.

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh persepsi penggunaan dan kualitas pelayanan elektronik terhadap minat beli mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial pada aplikasi Gojek, dapat diambil saran sebagai berikut :

5.2.1. Bagi Perusahaan

1. Berdasarkan hasil yang diperoleh penulis tentang persepsi penggunaan dikategorikan baik, terdapat hal-hal yang harus diperhatikan bahwa dalam persepsi penggunaan harus dilakukan pembuatan persepsi yang terus di kembangkan sehingga untuk meningkatkan persepsi konsumen yang lebih baik dan membawa perubahan bagi perusahaan.
2. Berdasarkan jawaban responden kualitas pelayanan pada aplikasi Gojek dikategorikan cukup baik, terdapat hal-hal yang harus diperhatikan. Perusahaan harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan elektronik agar konsumen bisa merasakan kepuasan lebih untuk menggunakan aplikasi Gojek.

5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan hanya menggunakan variabel minat beli untuk tolak ukur pengaruh dari persepsi penggunaan dan kualitas pelayanan elektronik yang dilakukan. Sehingga perlu dilakukan penelitian selanjutnya untuk mengetahui faktor lain, seperti keputusan pembelian, kepuasan pelanggan yang mungkin dapat dipengaruhi oleh persepsi penggunaan dan kualitas pelayanan elektronik dari sudut

pandang mahasiswa, agar mahasiswa memiliki pertimbangan untuk mengembangkan penelitian aplikasi Gojek pada mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial.

2. Agar hasil penelitian ini dapat digunakan secara luas maka untuk peneliti berikutnya diharapkan subjek penelitian tidak hanya terpaku pada satu objek, namun dapat menggunakan seluruh objek untuk dapat diteliti atau dapat dapat menggunakan subjek lainnya untuk diteliti. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti minat beli, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden yang berminat beli menggunakan aplikasi Gojek, sehingga yang diperoleh dapat bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.