

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Inovasi yang dilakukan dalam bentuk layanan kepada konsumen perlu disesuaikan dengan kebutuhan konsumen agar konsumen mampu menerima dan mengadopsi inovasi tersebut. Penelitian ini telah menjelaskan faktor-faktor yang mampu mempengaruhi masyarakat dalam mengadopsi teknologi *online ticketing*.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa :

1. Persepsi Kemudahan (PEOU) dari seorang pengguna *online ticketing* secara positif mempengaruhi Persepsi Kegunaan (PU) seseorang pada penggunaan *online ticketing*
2. Persepsi Kegunaan (PU) dari seorang pengguna *online ticketing* secara positif mempengaruhi sikapnya terhadap penggunaan *online ticketing* (ATU)
3. Persepsi Kemudahan (PEOU) dari seorang pengguna *online ticketing* secara positif mempengaruhi sikapnya terhadap pengguna *online ticketing* (ATU).
4. Persepsi Kegunaan (PU) dari seorang pengguna *online ticketing* secara positif mempengaruhi niat perilakunya menggunakan *online ticketing* (BIU)

5. Sikap seorang pengguna terhadap penggunaan *online ticketing* (ATU) secara positif mempengaruhi niat perilakunya menggunakan *online ticketing* (BIU)
6. Niat berperilaku menggunakan *online ticketing* (BIU) secara positif mempengaruhi penggunaan senyatanya *online ticketing* (AU)

Sehingga dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa untuk membuat seseorang mau menggunakan teknologi *online ticketing*, maka sangat diperlukan pengembangan terhadap teknologi tersebut seperti kemudahan dalam pengoperasian *online ticketing* sehingga pengguna merasa tidak memerlukan usaha yang lebih untuk mengoperasikan teknologi tersebut, dan juga kegunaan teknologi *online ticketing*, hal ini dikarenakan ketika pengguna sudah merasakan *online ticketing* yang mampu membuat rencana perjalanan mereka lebih efisien maka hal tersebut mampu membuat sikap para pengguna terhadap pengadopsian teknologi *online ticketing* semakin tinggi.

Hasil dari penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan Sugiarto (2016) mengenai pengaruh komponen penerimaan teknologi terhadap niat berperilaku menggunakan *online ticketing* kepada masyarakat Kota Yogyakarta.

## 5.2. Implikasi Manajerial

Dari pembahasan yang telah dilakukan peneliti pada bab sebelumnya didapat beberapa implikasi manajerial yang perlu dilakukan dalam proses pengembangan inovasi teknologi *online ticketing*, yaitu mengacu pada variabel akhir, yaitu *Actual Use*, untuk membentuk suatu tindakan nyata seorang konsumen menggunakan teknologi *online ticketing* maka diperlukan adanya niat seseorang untuk menggunakan teknologi *online ticketing* yang mana hal tersebut memerlukan adanya upaya untuk menciptakan sikap positif dari konsumen melalui pemberian aspek kemudahan dan kegunaan dalam penggunaan teknologi *online ticketing*.

Kemudahan ini dapat diberikan melalui desain aplikasi *online ticketing* dalam bentuk yang sederhana dan sesuai dengan kebutuhan konsumen melalui fitur-fitur yang diberikan dan kemudahan pemesanan. Aplikasi yang sederhana dan mudah untuk diakses merupakan hal yang menjadi perhatian utama, tidak hanya kemudahan dalam melakukan pemesanan tiket pesawat saja tetapi juga untuk pelayanan secara menyeluruh termasuk hak pengguna aplikasi *online ticketing* yang selayaknya mereka dapatkan harus disediakan dan dipenuhi dengan baik, seperti mudahnya mendapatkan pelayanan 24 jam melalui email, telepon dan media sosial dan juga kemudahan dalam metode pembayaran yang beragam sampai dengan proses pengembalian jika konsumen membatalkan perjalanan mereka.

Tercapainya aspek kemudahan nantinya akan melahirkan persepsi kegunaan di benak konsumen. Jika kemudahan dan kegunaan tercapai maka akan melahirkan sikap positif yang membuat pengguna berniat untuk menggunakan *online ticketing* pada transaksi selanjutnya yang pada akhirnya akan melahirkan penggunaan secara nyata teknologi *online ticketing*.

### 5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran

- a. Pada penelitian tentang penerimaan teknologi *online ticketing* ini semata-mata hanya berlandaskan pada konsep TAM. Pada penelitian yang selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel tambahan yang mampu mempengaruhi seseorang dalam mengadopsi *online ticketing* baik faktor eksternal maupun internal dari pengguna.
- b. Pada penelitian penerimaan teknologi *online ticketing* ini sampel yang digunakan masih kurang mewakili populasi Kota Semarang. Pada penelitian selanjutnya diharapkan menambah sampel yang ada sehingga mampu mewakili populasi.