

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini membuktikan secara empiris pengaruh variabel kegunaan yang dipersepsikan dan kenikmatan terhadap kepuasan dengan kesinambungan niat lanjutan sebagai variabel mediasi dengan jumlah responden sebanyak 97 responden masyarakat kota Padang. Setelah melalui tahap analisis dan pengujian hipotesis didapat kesimpulan yang dirangkum sebagai berikut :

1. Kegunaan yang dipersepsikan berpengaruh negatif terhadap kepuasan
2. Kenikmatan berpengaruh positif terhadap kepuasan
3. Kepuasan berpengaruh negatif terhadap kesinambungan niat lanjutan
4. Kegunaan yang dipersepsikan berpengaruh positif terhadap kesinambungan niat lanjutan
5. Kenikmatan berpengaruh positif terhadap kesinambungan niat lanjutan
6. Kepuasan tidak memediasi hubungan antara kegunaan yang dipersepsikan terhadap kesinambungan niat lanjutan
7. Kepuasan tidak memediasi hubungan antara kenikmatan terhadap kesinambungan niat lanjutan.

5.2 Implikasi Praktisan

Adapun hasil yang didapatkan pada penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu pedoman dan masukan pada sosial media instagram. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa kepuasan pada pengguna instagram kedalam kategori cukup baik. Untuk dapat meningkatkan kepuasan agar dapat meningkatkan kualitas pada pengguna instagram dimasa yang akan datang.

Upaya peningkatan kepuasan pada instagram dalam persaingan antara aplikasi seluler sosial di indonesia perlu ditingkatkan kembali , karna pada saat ini aplikasi instagram menduduki urutan keempat pada aplikasi seluler sosial. Dengan memperhatikan kenikmatan yang digunakan oleh pengguna pada instagram dapat meningkatkan kepuasan aplikasi seluler sosial. Hal ini juga dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan kegunaan yang dipersepsikan dalam menggunakan aplikasi instagram pada sosial media.

Adapun salah satu efek gabungan kepuasan terhadap kesinambungan niat lanjutan disini terlihat bahwa kesinambungan niat lanjutan ini masih kurang berdampak pada kepuasan dalam penggunaan aplikasi instagram. Dengan begitu cara meningkatkan tingkat kepuasan pada pengguna instagram dengan cara meningkatkan kualitas dan layanan pada aplikasi instagram agar pengguna dapat merasa puas menggunakan aplikasi sosial media tersebut. Dengan meningkatkan kepuasan pengguna pada aplikasi instagram maka akan berkesinambungan niat untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.

Upaya lain dalam meningkatkan kepuasan pada pengguna aplikasi instagram yaitu aplikasi instagram dapat memberikan kesenangan dan

kegembiraan terhadap penggunanya. Dimana pengguna merasa senang dalam menggunakan aplikasi instagram tersebut. Dengan memberikan layanan dan perangkat yang dapat menarik pengguna akan terus menggunakan aplikasi tersebut. Pengguna akan merasakan puas dalam menggunakan aplikasi tersebut.

Kegunaan yang dipersepsikan dari aplikasi seluler sosial telah memberikan informasi berguna yang dapat meningkatkan kinerja tugas tertentu dan berkesinambungan untuk terus menggunakan aplikasi instagram tersebut. Teknologi dapat membantu individu mencapai tujuan atau meningkatkan kinerjanya , dimana pengguna merasakan kegunaan dalam menggunakan aplikasi instagram dan akan terus menggunakannya. Aplikasi instagram dapat berkesinambungan niat lanjutan untuk meningkatkan kepuasan pada pengguna dengan meningkatkan layanan dan fitur yang ada pada instagram tersebut.

5.3 Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian , pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka beberapa keterbatasan dan saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya memfokuskan pada aplikasi instagram, sehingga hasil penelitian tidak sama dengan aplikasi seluler sosial lainnya. Dengan demikian, disarankan untuk penelitian selanjutnya agar dapat melakukan penelitian dengan model yang sama terhadap objek yang berbeda seperti tiktok, line, youtube, facebook dan telegram.

2. Penelitian selanjutnya disarankan agar dapat mengembangkan model penelitian ini dengan menambahkan variabel mediasi evolusi niat kelanjutan seiring dengan meningkatnya pengalaman pengguna.
3. Jumlah responden pada penelitian ini hanya sebanyak 97 orang atau masih tergolong kecil. Dengan demikian, disarankan kepada peneliti berikutnya agar dapat menggunakan jumlah responden yang lebih besar.
4. Teknik analisis data dalam pengujian hipotesis masih menggunakan program *Smart-PLS*. Dengan demikian, peneliti berikutnya disarankan agar menggunakan jenis program lainnya seperti Amos.

Daftar pustaka

Akdim, K., Casaló, L. V., & Flavián, C. (2022). The role of utilitarian and hedonic aspects in the continuance intention to use social mobile apps.

Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Astria, V., & Basyir, M. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention yang dimediasi oleh Satisfaction pada Nasabah Pengguna Aplikasi BCA Syariah Mobile di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 7(2), 379-390.

Bagozzi, R.P. and Yi, Y. (1988), "On the evaluation of structural equation models", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 16 No. 1, pp. 74-94. Bhattacherjee, A., 2001. Understanding information systems continuance: an expectation-confirmation model. *MIS Q.* 25 (3), 351–370.

Bilro, R.G., Loureiro, S.M.C., 2020. A consumer engagement systematic review: synthesis and research agenda. *Spanish J. Market. ESIC* 24 (3), 283–307.

De Oliveira, M.J., Huertas, M.K.Z., Lin, Z., 2016. Factors driving young users' engagement with Facebook: evidence from Brazil. *Comput. Hum. Behav.* 54, 54–61.

de Guinea, A., & Markus, M. L. (2009). Why break the habit of a lifetime? Rethinking the roles of intention habit, and emotion in continuing information technology use. *MIS Quarterly*, 33(3), 433–443.

Davis, F.D., 1989. Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Q.* 13 (3), 319–340.

DAVIS, F. D., R. P. BAGOZZI, P. R. WARSHAW, Extrinsic and Intrinsic Motivation to Use Computers in the Workplace. *Journal of Applied Social Psychology*, 22 (14), 1992, pp. 1111-1132.

Davis, F.D. & Venkatesh, V. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model four longitudinal field studies. *Management science*: 46(2), 186-204.

Ekonomi Mikroskil: JWEM ISSN 2622-6421 Volume 9, Nomor 02, Oktober 2019.

Fornell, C and Larcker, D. F. 1981. Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal Of Marketing Research*, 18 (1): 39-50.

Geraldhi dan Rodhiah, "Faktor Yang Mempengaruhi Continuance Intention GO-PAY Di Jakarta," *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, Vol. 2 No.1 (2020)

Ghozali, Imam, Hengky Latan. 2015. *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip. Semarang

Hair, et al, 2014, *Multivariate Data Analysis, New International Edition.*, New Jersey : Pearson.

Husaini Usman. (2014). *Manajemen: teori, praktik & riset pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.

Hulland, J. (1999). Use of Partial Least Square (PLS) in Strategic Management Research . A review of Four Recent Studies.

Hsu, -L., & Lin, J. C.-C. (2008). Acceptance of blog usage: The roles of technology acceptance, social influence and knowledge sharing motivation. *Information & management*, 45(1), 65e74.

Juniwati, J. (2015). Pengaruh perceived ease of use, enjoyment dan trust terhadap repurchase intention dengan customer satisfaction sebagai intervening pada belanja online (studi pada mahasiswa universitas tanjungpura pontianak). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(1), 140-156.

Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.

Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York: Guilford Press Google Scholar.

Kneebone, R. (2003). Simulation in surgical training: educational issues and practical implications. *Medical Education*, 37, 267–277

Kim, B. (2011). Understanding Antecedents of Continuance Intention in Social-Networking Services. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(4), 199-205.

Limayem, M., Hirt, S., & Cheung, C. (2007). How habit limits the predictive power of intention: The case of information systems continuance. *MIS Quarterly*, 31(4), 705–737.

Lin, C. S., Wu, S., & Tsai, R. J. (2005). Integrating perceived playfulness into expectation-confirmation model for web portal context. *Information & Management*, 42(5), 683–693.

Lin, T.-C., Wu, S., Hsu, J. S.-C., & Chou, Y.-C. (2012). The integration of value-based adoption and expectation–confirmation models: An example of IPTV continuance intention. *Decision Support Systems*, 54(1), 63–75.

Lemeshow, 1997, *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*, Yogyakarta, UGM

Monica, Cindy dan Vita Briliana. (2019). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Continuance Intention Pengguna Go-Food di Jakarta. *Jurnal Wira*

Oghuma AP, Libaque-Saenz CF, Wong SF, Chang Y. 2016. An expectation-confirmation model of continuance intention to use mobile instant messaging. *Telematics and Informatics* 33(1):34– 47.

Praveena K., & Sam Thomas. (2014). Continuance Intention to Use Facebook: A Study of Perceived Enjoyment and.

Qin, L., Kim, Y., Tan, X., 2016. Understanding the intention of using mobile social networking apps. In: 22nd Americas Conference on Information Systems, Mexico.

Rahmatsyah, Deni. (2011). 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna (Studi Kasus: Uang Elektronik Kartu Flazz BCA)'. Tesis pada Universitas Indonesia.

Sensor Tower, 2019. Top Social Media Apps Worldwide for December 2019.

Schrock, A.R., 2015. Communicative affordances of mobile media: portability, availability, locatability, and multimediality. *Int. J. Commun.* 9 (18), 1229–1246.

Shee, D., & Wang, Y. H. (2008). Multi-criteria evaluation of the web-based e-learning system: a methodology based on learner satisfaction and its applications. *Computers & Education*, 50, 894–905.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Tekaqnetha dan Rodhiah. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Continuance Intention GO-PAY di Jakarta. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, Volume II No. 1/2020 Hal: 173-181.

Utami, Christina Whidya. 2010. *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia)*. Jakarta: Salemba Empat. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 66, 102888.

Venkatesh, V. (2000). Determinants of perceived ease of use: Integrating control; intrinsic motivation, and emotion into the technology acceptance model. *Information System Research*, 11(4), 342e365.

V. Venkatesh, MG Morris, GB Davis, FD Davis, *Penerimaan pengguna teknologi informasi: menuju pandangan terpadu*, *MIS Quarterly* 27 (3), 2003, hlm. 425–478

Wijaya H, Beik IS, Sartono B. 2017. Pengaruh kualitas layanan perbankan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank syariah XYZ di Jakarta. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen* 3(3):417– 426.

Yan, M., Filieri, R., & Gorton, M. (2021). Continuance intention of online technologies: A systematic literature review. *International Journal of Information Management*, 58, 102315.

Yoon, S. Y., Laffey, J., & Oh, H. (2008). Understanding usability and user experience of web-based 3D graphics technology. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 24(3), 288–306.