

BAB IV

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan keamanan terhadap minat beli pengguna aplikasi mobile KAI Access terhadap 100 pengguna KAI Access yang berdomisili Semarang maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel persepsi kegunaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Artinya, semakin tinggi penilaian persepsi kegunaan seperti meningkatkan efektifitas kinerja individu, bermanfaat bagi individu, menambah tingkat produktivitas individu, dan meningkatkan kinerja individu maka semakin tinggi pula minat beli untuk penggunaan aplikasi mobile KAI Access.
2. Variabel persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Artinya, semakin tinggi penilaian persepsi kemudahan seperti tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi, mudah digunakan, jelas dan mudah dipahami, dan mudah mengoperasikan sesuai keinginan individu kerjakan maka semakin tinggi pula minat beli untuk penggunaan aplikasi mobile KAI Access.
3. Variabel keamanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Artinya, semakin tinggi tingkat keamanan seperti jaminan keamanan dan kerahasiaan data maka semakin tinggi pula minat beli untuk penggunaan aplikasi mobile KAI Access.

4. Variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan keamanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Artinya semakin tinggi penilaian pada variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan keamanan secara bersama-sama akan mengakibatkan semakin tinggi pula minat beli konsumen untuk penggunaan aplikasi mobile KAI Access.

1.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat disimpulkan beberapa saran yang dapat bermanfaat dan berguna sebagai bahan pertimbangan PT. KAI (Persero) dimasa yang akan datang, yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan rekapitulasi responden mengenai variabel persepsi kegunaan terdapat item nilai rata-rata terendah tersebut yaitu membeli e-tiket di aplikasi KAI Access lebih cepat dan nyaman, dapat mengakses informasi e-tiket komersial ataupun lokal, dapat menemukan kategori e-tiket yang diinginkan dengan mudah, peneliti menyarankan kepada pihak PT.KAI. Dengan ditingkatkan server yang sering mengalami gangguan, dengan cara melakukan upgrade server ke yang lebih capables (mampu kapasitas) untuk digunakan untuk menangani request dengan resource yang lebih besar untuk menghindari overload kapasitas. Dengan ditingkatkan ketersediaan jumlah tiket kereta api lokal, dengan cara penambahan jumlah rangkaian gerbong kereta api lokal. Dengan ditingkatkan menu aplikasi fitur harga tiket sesuai dengan budget konsumen, dengan cara menambah rentanan pilihan harga seperti Rp0 – Rp100.000 atau Rp100.001 – Rp 200.000.

2. Berdasarkan rekapitulasi responden mengenai variabel persepsi kemudahan terdapat item nilai rata-rata terendah tersebut yaitu menyediakan beberapa jenis pembayaran untuk proses transaksi, kategori dibedakan menurut produk kelas, relasi tujuan dan juga harga sehingga jelas dan mudah dipahami, mudah mengoperasikan karena diberikan petunjuk cara bertransaksi dari pemesanan hingga selesai, peneliti menyarankan kepada pihak PT.KAI. Dengan ditingkatkan Kereta api lokal hanya melayani pembayaran e-wallet Link Aja, dengan cara penambahan pembayaran melalui ATM, minimarket, payment point, KlikPay BCA, dan kartu kredit/Master Card. Dengan ditingkatkan kategorisasi kelas perlu diterangkan Sub A, Sub B, Sub C, dan sebagainya, dengan cara menambah gambar interior gerbong dan layout tata letak kursi dalam gerbong. Perlu ditingkatkan petunjuk cara bertransaksi dari awal pemesanan sampai selesai, dengan cara pemberian fitur chatting 24 jam bantuan kendala dari petunjuk pemesanan tiket kereta api.
3. Berdasarkan rekapitulasi responden mengenai variabel keamanan terdapat item nilai rata-rata terendah tersebut yaitu merasa transaksi online di KAI Access dilindungi dan aman, peneliti menyarankan kepada pihak PT.KAI. Dengan ditingkatkan dalam menjaga keamanan dari hacker, dengan cara merekrut programmer-programmer baru, terutama untuk ditempatkan di divisi keamanan IT/sistem informasi.
4. Berdasarkan rekapitulasi responden mengenai variabel minat beli terdapat item nilai rata-rata terendah tersebut yaitu tertarik mencari informasi mengenai aplikasi KAI Access dari orang lain, ingin mengetahui cara menggunakan aplikasi KAI Access dari konsumen

pengguna kereta api, peneliti menyarankan kepada pihak PT.KAI. Dengan ditingkatkan tertarik mencari informasi mengenai KAI Access dari orang lain, dengan cara dari pihak bagian loket tiket dan customer service stasiun untuk selalu memberi himbauan serta sosialisasi mendownload aplikasi KAI Access agar beralih pembelian offline (stasiun) ke online aplikasi KAI Access. Dengan ditingkatkan ingin mengetahui cara menggunakan KAI Access dari konsumen pengguna kereta api, dengan cara promosi iklan kegunaan, kemudahan, serta keamanan di stasiun maupun di dalam gerbong kereta api.

5. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut oleh manajemen perusahaan maupun pihak luar mengenai variabel-variabel selain minat beli yang dapat menjadi masalah dan mempengaruhi pendapatan KAI Access seperti variabel keputusan membeli, kepuasan konsumen, loyalitas, dan sebagainya. Karena dari hasil penelitian variabel minat beli sudah tinggi, sehingga dapat disimpulkan bahwa minat beli bukan menjadi masalah yang dapat mempengaruhi pendapatan KAI Access.