

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya mengenai “Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan aplikasi *Skill academy by Ruangguru* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)” maka peneliti telah memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Manfaat yang berada di pandangan konsumen atau pendapat konsumen terhadap Aplikasi *Skill Academy by Ruangguru* yang diharapkan mampu menimbulkan minat menggunakan yaitu, *productivity* yang dapat meningkatkan kemampuan, menumbuhkan motivasi, dan mengembangkan kualitas diri yang mempunyai total jawaban setuju dan sangat setuju sebesar 84,3% dari 100 responden, *effectiveness* yang memudahkan untuk mengikuti kursus, mempercepat tugas atau pekerjaan dan tepat, yang mempunyai total jawaban setuju dan sangat setuju sebesar 53,3% dari 100 responden, *importance to job* yang dapat meningkatkan kinerja, membentuk etos kerja, dan menguntungkan kegiatan bisnis yang mempunyai total jawaban setuju dan sangat setuju sebesar 67% dari 100 responden, *overall usefulness* yang berarti aplikasi dapat digunakan kapan dan di mana saja, harga layanan aplikasi terjangkau, serta bermanfaat secara menyeluruh yang

mempunyai total jawaban setuju dan sangat setuju sebesar 81% dari 100 responden.

2. Sedangkan minat menggunakan ditentukan oleh, eksploratif berarti sikap yang mencari informasi tentang sesuatu dan apa keuntungannya menyeluruh yang mempunyai total jawaban setuju dan sangat setuju sebesar 91% dari 100 responden, preferensial yaitu sikap yang mengutamakan prioritasnya menyeluruh yang mempunyai total jawaban setuju dan sangat setuju sebesar 73% dari 100 responden, transaksional yaitu sikap untuk membeli atau menggunakan menyeluruh yang mempunyai total jawaban setuju dan sangat setuju sebesar 39% dari 100 responden, dan referensial yaitu sikap seseorang untuk memberikan rujukan atau acuan menyeluruh yang mempunyai total jawaban setuju dan sangat setuju sebesar 81% dari 100 responden.
3. Terdapat pengaruh positif dan secara signifikan antara persepsi manfaat terhadap minat menggunakan yang dibuktikan oleh hasil hipotesis dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, nilai t sebesar 8.596 dan koefisiensi determinasi sebesar 43% dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan sisanya sebesar 57% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

## **B. Saran**

1. Bagi pihak *Skill Academy by Ruangguru*

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapat menunjukkan bahwa dari dimensi *effectiveness* mempunyai nilai rata-rata hanya sebesar 53.3% dan yang terendah dari seluruh dimensi dalam variabel

persepsi manfaat. Lalu indikator pernyataan pertama “Menurut saya menggunakan aplikasi *Skill Academy by Ruangguru* lebih efektif dari mengikuti kursus yang lainnya” hanya mampu berkontribusi sebesar 39%, dan nilai tersebut adalah nilai terendah dari seluruh indikator pernyataan dari variabel persepsi manfaat. Maka sebaiknya pihak perusahaan *Skill Academy by Ruangguru* lebih memperhatikan kualitas fitur-fitur kelas atau program yang diberikan kepada konsumen, agar dibuat lebih bervariasi, menarik namun tetap memiliki kesan *worth it* dan praktis. Sehingga konsumen dapat merasakan hal-hal yang lebih bermanfaat, dan mempunyai nilai tersendiri bagi para konsumen, yang nantinya dapat meningkatkan minat menggunakan konsumen terhadap aplikasi *Skill Academy by Ruangguru*.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapat menunjukkan bahwa dari variabel bebas persepsi manfaat mempunyai nilai rata-rata jawaban setuju dan sangat setuju di atas 50% yaitu dimensi *productivity* sebesar 84.3%, *effectiveness* sebesar 53,3%, *importance to job* sebesar 67%, *overall usefulness* sebesar 81%, dan nilai rata-rata variabel persepsi manfaat sebesar 71%. Maka disarankan bagi peneliti selanjutnya, apabila ingin menggunakan variabel persepsi manfaat sebagai variabel bebas, disarankan untuk melakukan riset lebih lanjut mengenai variabel lain selain persepsi manfaat sebagai variabel bebas untuk mengetahui variabel-variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap minat menggunakan.