

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Penelitian bertujuan untuk memahami relasi tiap variabel independen dengan variabel dependen. Pengaruh antara *Perceived Usefulness*, *Risk*, *Ease of Use*, *Source Credibility*, dan *Enjoyment* terhadap *Behavioural Intention* yang disimpulkan:

- 1) *Usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention*, karena kegunaan pelanggan pada *online travel agent* tidak selalu menyebabkan pelanggan akan kembali lagi menggunakan layanan tersebut.
- 2) *Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap *risk*, karena kemudahan dalam penggunaan suatu layanan *online travel agent* risiko yang dapat memengaruhi seseorang sangat kecil, dimana ketika seseorang sudah merasakan kemudahan saat pemakaian layanan tersebut itu akan membuat pengguna merasa nyaman.
- 3) *Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap *usefulness*, karena ketika seseorang sudah merasakan kemudahan dan kenyamanan menggunakan suatu layanan *online travel agent* mereka akan merasakan manfaat yang dirasakan saat menggunakan layanan tersebut.
- 4) *Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention*, karena kemudahan saat menggunakan *online travel agent* untuk tujuan perjalanan mudah dan bebas dari upaya pengguna berpotensi kembali lagi untuk menggunakan layanan tersebut.
- 5) *Enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *ease of Use*, karena aspek menyenangkan dari *online travel agent* meningkatkan pengaruh sistem. dimana fitur yang lebih menarik biasanya mudah untuk digunakan dan pengguna akan merasakan kenyamanan pemakaian layanan tersebut.
- 6) *Enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention*, karena pengguna yang sudah pernah menggunakan dan merasakan kenikmatan layanan *online travel agent* berpotensi niat mereka terhadap layanan tersebut semakin melekat.

- 7) *Source Credibility* tidak pengaruh signifikan terhadap *behavioural intention*, karena sumber *online travel agent* tidak dapat sepenuhnya dipercaya dan juga eWOM dari seorang pengguna dapat memengaruhi pelanggan baru atas ulasan positif maupun negatif sehingga itu akan berdampak pengguna akan memikirkan dahulu sebelum menggunakan layanan tersebut.
- 8) *Risk* tidak pengaruh signifikan terhadap *usefulness*, karena kemungkinan adanya risiko keuangan, produk, dan waktu dalam menggunakan *online travel agent*. Risiko keuangan mengacu pada transaksi *online* yang disebabkan oleh ketidakamanan informasi keuangan dan pembayaran uang ekstra sehingga memungkinkan pengguna akan menggunakan layanan tersebut.
- 9) *Risk* pengaruh signifikan terhadap *behavioural intention*, karena Semua layanan yang berbasis *online* tentunya mempunyai *risk* masing-masing, pada layanan *online travel agent* risiko bisa saja terjadi karena terlalu banyak mengungkapkan informasi pribadi sehingga membuat layanan tersebut tidak sepenuhnya aman dan mempengaruhi niat pengguna.

5.2 Keterbatasan

Keterbatasan yang dihadapi yaitu:

Penulis tidak dapat menyebarkan kuesioner ke seluruh daerah Indonesia, karena terbatasnya waktu serta *online travel agent* yang digunakan penulis hanya sebatas *online travel agent* ternama di Indonesia karena sumber yang bisa didapatkan terbatas.

5.3 Rekomendasi

Rekomendasi penelitian kepada berbagai pihak sebagai berikut:

- 1) Kepada masyarakat yang ingin merencanakan perjalanan mereka menggunakan *online travel agent*. Masyarakat dapat melihat berbagai ulasan yang tertera, sehingga mereka tidak merasa bingung saat ingin merencanakan perjalanan.
- 2) Bagi perusahaan *online travel agent* agar perusahaan dapat meningkatkan kinerja dari *travel agent* mereka serta membuat inovasi seperti *all packages*

include tiket pesawat, hotel dan perjalanan wisata maupun *customer service* 24 jam.

- 3) Bagi peneliti yang mempunyai variabel dependen yang sama, sehingga peneliti kedepannya dapat meneliti lebih dalam lagi mengenai penelitian mereka.