

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 KESIMPULAN**

Dari hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh hipotesis dalam penelitian ini diterima. Untuk lebih jelasnya sebagai berikut:

1. Sikap Penggunaan (X1) berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku masyarakat pengguna aplikasi maxim. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,008 < 0,05$ .
2. Norma Subjektif (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku masyarakat pengguna aplikasi maxim. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,029 < 0,05$ .
3. Kontrol Perilaku Persepsian (X3) berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku masyarakat pengguna aplikasi maxim. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,011 < 0,05$ .
4. Kegunaan (X4) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap perilaku masyarakat pengguna aplikasi maxim. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,246 > 0,05$ .
5. Kemudahan Penggunaan (X5) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap perilaku masyarakat pengguna aplikasi maxim. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,863 > 0,05$ .

6. Persepsi Harga (X6) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap perilaku masyarakat pengguna aplikasi maxim. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,136 > 0,05$ .
7. Sikap penggunaan, Norma Subyektif, Kontrol perilaku, Kegunaan persepsian, Kemudahan penggunaan dan Persepsi harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku masyarakat kota Jambi dalam menggunakan aplikasi Maxim. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai  $F_{tabel}$  yaitu  $19,580 > 2,20$  dan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ .

## 6.2 SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, adapun saran-saran yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Maxim, dari hasil penelitian ini diketahui bahwa Sikap Penggunaan, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku Persepsian berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku masyarakat sedangkan Kegunaan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap perilaku masyarakat, maka sebaiknya pihak maxim sedapat mungkin memperhatikan faktor Kegunaan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Harga dengan melakukan pengiklanan di berbagai media, brosur atau pamflet untuk menjelaskan tarif yang relative terjangkau, cara penggunaan yang simple, serta kegunaannya yang bervariasi dan menambahkan diskon atau kode promo sehingga dapat

mengubah perilaku masyarakat pengguna aplikasi maxim ataupun yang belum menggunakannya. Selain itu, Pihak perusahaan diharapkan dapat meng-*upgrade* system dan terus melakukan perbaikan dari faktor Kegunaan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Harga agar dapat terus bersaing dengan vendor lain dengan sistem sejenis.

2. Bagi Penulis atau peneliti selanjutnya, diharapkan untuk penelitian selanjutnya mengenai perilaku masyarakat dalam menggunakan aplikasi Maxim agar dapat menambahkan beberapa variabel independen lain yang mungkin lebih berpengaruh kepada masyarakat pengguna aplikasi Maxim. Dan peneliti juga berharap dengan penelitian berikutnya di judul yang sama agar dapat memperoleh jumlah responden yang lebih banyak dengan menggunakan metode penelitian yang lain.

