

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa sikap pengguna mengenai layanan pesan-antar makanan secara daring memiliki pengaruh yang paling signifikan terhadap niat penggunaan layanan tersebut dibandingkan dengan persepsi kenyamanan, kualitas, dan keamanan transaksi layanan pesan-antar makanan secara daring. Namun, penting untuk diketahui bahwa persepsi kenyamanan pengguna juga memainkan peran penting dalam pembentukan variabel sikap mengenai layanan tersebut. Meskipun persepsi kenyamanan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap niat penggunaan, tingkat kenyamanan yang dirasakan oleh pengguna saat menggunakan layanan tersebut mempengaruhi sikap mereka terhadap layanan. Penjelasan lebih lanjut mengenai variabel lainnya dapat dilihat sebagai berikut:

1. Persepsi kenyamanan penggunaan layanan pesan-antar makanan secara daring berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pengguna terhadap layanan pesan-antar makanan secara daring. Semakin nyaman pengguna dalam menggunakan layanan, semakin positif pandangannya terhadap penggunaan layanan tersebut.
2. Persepsi kenyamanan layanan pesan-antar makanan secara daring tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan layanan pesan-antar makanan secara daring. Meskipun pengguna merasa nyaman atas layanan tersebut, tetapi bukan berarti ia memiliki niat untuk menggunakan layanan tersebut.
3. Sikap mengenai layanan pesan-antar makanan secara daring memediasi secara penuh dalam hubungan persepsi kenyamanan layanan pesan-antar makanan secara daring dan niat penggunaan layanan pesan-antar makanan secara daring. Ketika pengguna memiliki sikap positif dan merasa nyaman, maka kemungkinan besar ia akan menggunakan layanan tersebut.

4. Persepsi kualitas layanan pesan-antar makanan secara daring berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap mengenai layanan pesan-antar makanan secara daring. Semakin baik kualitas layanan layanan pesan-antar makanan secara daring yang dirasakan oleh pengguna, maka semakin baik pula sikap yang dimilikinya terhadap layanan tersebut.
5. Persepsi kualitas layanan pesan-antar makanan secara daring tidak berpengaruh terhadap niat penggunaan layanan pesan-antar makanan secara daring. Meskipun pengguna memiliki persepsi yang baik tentang kualitas layanan layanan pesan-antar makanan secara daring, hal ini tidak menjamin bahwa ia akan menggunakan layanan tersebut.
6. Sikap mengenai layanan pesan-antar makanan secara daring memediasi secara penuh hubungan persepsi kualitas layanan pesan-antar makanan secara daring dan niat penggunaan layanan pesan-antar makanan secara daring. Pengguna yang memiliki sikap positif dan persepsi yang baik tentang kualitas layanan dapat mendorong niat mereka dalam menggunakan layanan.
7. Persepsi keamanan transaksi layanan pesan-antar makanan secara daring tidak berpengaruh terhadap sikap mengenai layanan pesan-antar makanan secara daring. Meskipun pengguna merasa bahwa transaksi yang dilakukan dengan layanan pesan-antar makanan secara daring aman dan terpercaya, hal ini tidak secara langsung mempengaruhi sikap positif terhadap layanan layanan pesan-antar makanan secara daring.
8. Persepsi keamanan transaksi layanan pesan-antar makanan secara daring berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan layanan pesan-antar makanan secara daring. Pengguna yang merasa bahwa transaksi yang dilakukan dengan layanan pesan-antar makanan secara daring aman dan terpercaya cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk menggunakan layanan tersebut.
9. Sikap mengenai layanan pesan-antar makanan secara daring tidak memediasi hubungan persepsi keamanan transaksi layanan pesan-antar makanan secara daring dan niat penggunaan layanan pesan-antar makanan secara daring. Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan layanan pesan-antar makanan secara

daring untuk fokus pada peningkatan kepercayaan pengguna terkait keamanan transaksi agar dapat meningkatkan niat penggunaan layanan tersebut.

10. Sikap mengenai layanan pesan-antar makanan secara daring berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan layanan pesan-antar makanan secara daring. Semakin positif sikap pengguna terhadap layanan pesan-antar makanan secara daring, semakin tinggi pula niat mereka untuk menggunakan layanan tersebut.

## 5.2 Saran

Berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan dari penelitian ini:

### 1. Saran Teoritis

- 1) Penelitian dapat berkontribusi di bidang akademis akuntansi manajemen, khususnya dalam penggunaan informasi non-keuangan. Hasil ini dapat membantu mengembangkan teori *Technology Acceptance Model* tentang pentingnya indikator selain kemudahan dan kegunaan dalam penerapan sebuah teknologi.
- 2) Penelitian selanjutnya dapat menggunakan pengaruh faktor demografis terhadap persepsi dan niat penggunaan layanan pesan-antar makanan secara daring. Misalnya, apakah faktor usia, pendidikan, atau pengalaman pengguna dapat memengaruhi sikap dan niat penggunaan layanan tersebut.

### 2. Saran Praktis

Sebagai pengguna layanan dapat meningkatkan pengalaman mereka dengan menjelajahi menu, memberikan ulasan, memperhatikan kualitas, waktu pengiriman, dan memilih mitra terpercaya, serta berkomunikasi secara efektif, memberikan penghargaan, dan meningkatkan keamanan transaksi dengan memperhatikan metode pembayaran yang lebih aman.