

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian teori dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan dengan analisis deskriptif serta verifikatif dan menggunakan teknik *Structural Equation Model* mengenai pengaruh *environmental concern* dan *price* terhadap *purchase intention* melalui *user experience* pada penyewa motor listrik Grab Indonesia.

1. Gambaran *environmental concern*, *price*, *user experience* dan *purchase intention* pada penyewa motor listrik Indonesia
 - a. Gambaran mengenai *environmental concern* dapat dilihat melalui dimensi *cognitive*, *affective*, *conative* dan *behaviour* yang berada pada kategori sangat tinggi. Hasil menunjukkan bahwa *environmental concern* pada penyewa motor listrik Grab Indonesia sangat baik. Dimensi yang tingkat skor tertinggi adalah *cognitive* diikuti oleh *behaviour*, *conative*, dan *affective*.
 - b. Gambaran mengenai *price* dapat dilihat dari dimensi *price consciousness* dan *value for money* yang berada pada kategori sangat tinggi. Hasil menunjukkan bahwa penyewa motor listrik Grab Indonesia telah menyadari perbedaan harga motor listrik dan kualitasnya sesuai dengan harga motor listrik. Dimensi yang tingkat skor tertinggi adalah *price consciousness* diikuti *value for money*.
 - c. Gambaran mengenai *user experience* dapat dilihat melalui dimensi *usability*, *value*, *adoptability* dan *desirability* yang berada pada kategori sangat tinggi. Hasil menunjukkan bahwa perusahaan motor listrik Indonesia telah berhasil menciptakan *user experience* yang cukup tinggi untuk penyewa motor listrik Grab Indonesia tentang motor listrik yang digunakannya. Dimensi yang tingkat skor

tertinggi adalah *usability* diikuti oleh dimensi *adoptability*, *value* dan *desirability*.

- d. Gambaran mengenai *purchase intention* dapat dilihat melalui dimensi *transactional intent*, *preference intent*, *reference intent* dan *intention of exploration*. Hasil menunjukkan bahwa penyewa motor listrik Grab Indonesia memiliki niat yang sangat tinggi untuk membeli motor listrik. Dimensi dengan tingkat skor tertinggi adalah *preference intent* diikuti *transactional intent*, *reference intent* dan *intention of exploration*.
2. *Environmental concern* memiliki pengaruh terhadap *user experience* secara parsial pada penyewa motor listrik Indonesia. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis diterima, yang artinya *environmental concern* memiliki pengaruh terhadap *user experience*.
3. *Price* memiliki pengaruh terhadap *user experience* secara parsial pada penyewa motor listrik Indonesia. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis diterima, yang artinya *Price* memiliki pengaruh terhadap *user experience*.
4. *Environmental concern* memiliki pengaruh terhadap *purchase intention* secara parsial pada penyewa motor listrik Indonesia. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis diterima, yang artinya *environmental concern* memiliki pengaruh terhadap *purchase intention*.
5. *Price* tidak berpengaruh terhadap *purchase intention* secara parsial pada penyewa motor listrik Indonesia. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis tidak diterima, yang artinya *Price* tidak berpengaruh terhadap *purchase intention*. Hasil penelitian ini dilandasi oleh perbedaan harga motor listrik dan motor konvensional sangat tinggi untuk penyewa motor listrik.
6. *User experience* tidak berpengaruh terhadap *purchase intention* secara parsial pada penyewa motor listrik Indonesia. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis ditolak, yang artinya *user experience* tidak berpengaruh terhadap *purchase intention*. Hasil penelitian ini dilandasi oleh harga

sewa motor listrik yang cukup mahal sehingga tidak ada sumber daya yang cukup untuk membeli motor listrik

7. *Environmental concern* tidak berpengaruh terhadap *purchase intention* melalui *user experience*. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis ditolak, yang artinya *environmental concern* tidak berpengaruh terhadap *purchase intention* melalui mediasi *user experience* atau *user experience* kurang baik dalam memediasi hubungan antara *environmental concern* dan *purchase intention*.
8. *Price* tidak berpengaruh terhadap *purchase intention* melalui *user experience*. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis ditolak, yang artinya *price* tidak berpengaruh terhadap *purchase intention* melalui mediasi *user experience* atau *user experience* kurang baik dalam memediasi hubungan antara *price* dan *purchase intention*. Hasil ini terjadi karena meskipun harga motor listrik saat ini terjangkau namun harga tersebut belum tentu dapat dijangkau oleh seluruh kalangan terutama para penyewa sehingga dijelaskan pada dimensi *price consciousness* yaitu kesadaran harga bahwa penyewa hanya dapat mencari motor listrik yang rendah namun belum tentu menginginkan untuk membelinya berdasarkan harga yang diberikan perusahaan motor listrik. Hal ini berdasarkan pada penghasilan Grab per harinya yang hanya mendapatkan maksimal pendapatan 150.000 per hari, meski seperti itu, masih banyak dari mereka yang memilih untuk menggunakan penghasilannya untuk kebutuhan sehari – hari bukan untuk menyicil membeli motor listrik.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memberikan rekomendasi beberapa hal mengenai pengaruh *environmental concern* dan *price* terhadap *purchase intention* melalui *user experience* sebagai berikut:

1. Gambaran *environmental concern*, *price*, *user experience* dan *purchase intention*.
 - a. *Environmental concern* penyewa motor listrik secara keseluruhan sudah sangat baik namun terdapat beberapa aspek yang perlu

ditingkatkan berdasarkan kontribusi yang mendapatkan nilai paling rendah. Dimensi *affective* yang memiliki persentase kontribusi terendah dibandingkan dimensi lainnya, kondisi tersebut perlu menjadi perhatian bagi perusahaan motor listrik. Berdasarkan kondisi tersebut peneliti memberikan rekomendasi berupa saran agar memiliki emosional yang tinggi bila terdapat perbuatan mencemari lingkungan.

- b. *Price* penyewa motor listrik secara keseluruhan sudah sangat baik namun terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan berdasarkan kontribusi yang mendapatkan nilai paling rendah. Dimensi *value for money* yang memiliki persentase kontribusi terendah dibandingkan dimensi lainnya, kondisi tersebut perlu menjadi perhatian bagi perusahaan motor listrik. Berdasarkan kondisi tersebut peneliti memberikan rekomendasi agar harga yang ditentukan untuk produk motor listrik harus sesuai dengan produk terutama untuk kebutuhan, keandalan dan durabilitas dari produk yang diperjual belikan
- c. *User experience* penyewa motor listrik secara keseluruhan sudah sangat baik namun terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan berdasarkan kontribusi yang mendapatkan nilai paling rendah. Dimensi *desirability* yang memiliki persentase kontribusi terendah dibandingkan dimensi lainnya, kondisi tersebut perlu menjadi perhatian bagi perusahaan motor listrik. Berdasarkan kondisi tersebut peneliti memberikan rekomendasi agar Grab Indonesia dan perusahaan motor listrik agar memberikan sejumlah fitur dan keandalan motor yang baik di segala kondisi dan situasi agar keinginan mereka untuk membeli semakin meningkat
- d. *Purchase Intention* penyewa motor listrik secara keseluruhan sudah sangat baik namun terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan berdasarkan kontribusi yang mendapatkan nilai paling rendah. Dimensi *intention of exploration* yang memiliki persentase kontribusi terendah dibandingkan dimensi lainnya, kondisi tersebut perlu menjadi perhatian bagi perusahaan motor listrik. Berdasarkan

kondisi tersebut peneliti memberikan rekomendasi agar perusahaan motor listrik memberikan promosi iklan yang lebih banyak melalui media internet, spanduk, papan reklame dan sebagainya agar orang – orang lebih mudah mencari tahu tentang motor listrik.

2. *Environmental concern* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *user experience* secara parsial pada motor listrik Indonesia, dengan demikian peneliti merekomendasikan agar perusahaan motor listrik untuk tetap memberikan edukasi melalui humas tentang pentingnya peduli lingkungan kepada para penyewa agar penyewa merasa telah menyelamatkan lingkungan ketika menggunakan motor listriknya
3. *Price* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *user experience* secara parsial pada motor listrik Indonesia, dengan demikian peneliti merekomendasikan agar perusahaan motor listrik untuk menetapkan harga produk yang sesuai dengan ekspektasi pengalaman pelanggan agar pelanggan merasa bahagia saat menggunakannya
4. *Environmental concern* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *purchase intention* secara parsial pada motor listrik Indonesia, dengan demikian peneliti merekomendasikan agar perusahaan motor listrik untuk tetap mengiklankan pentingnya peduli lingkungan kepada para penyewa dan tetap menggunakan motor listrik bahkan membelinya
5. *Price* tidak berpengaruh terhadap *purchase intention* secara parsial pada motor listrik Indonesia, dengan demikian peneliti merekomendasikan pada perusahaan motor listrik untuk memberikan harga yang lebih rendah dan menambahkan promo menarik bagi para penyewa.
6. *User experience* tidak berpengaruh terhadap *purchase intention* secara parsial pada motor listrik Indonesia, dengan demikian peneliti merekomendasikan pada perusahaan Grab untuk menurunkan tarif sewa agar penyewa merasakan pengalaman berkendara motor listrik dengan nyaman tanpa memikirkan biaya yang tinggi sehingga dapat menumbuhkan niat untuk membeli motor listrik secara pribadi
7. *Environmental concern* tidak berpengaruh terhadap *purchase intention* melalui *user experience*, dengan demikian peneliti merekomendasikan

agar perusahaan Grab Indonesia memberikan edukasi ramah lingkungan saat *driver* akan menyewa motor listrik sehingga timbul keinginan untuk membeli secara pribadi.

8. *Price* tidak berpengaruh terhadap *purchase intention* melalui *user experience*, dengan demikian peneliti merekomendasikan agar perusahaan motor listrik dan perusahaan Grab Indonesia memberikan harga yang cukup terjangkau agar penyewa dapat menggunakan motor listrik tanpa khawatir akan biaya sewa motor listrik setiap harinya dan dapat menyimpan sumber dayanya untuk menumbuhkan niat membeli motor listrik.

Penelitian ini memiliki kelemahan karena hanya dilakukan dalam satu waktu (*cross sectional*) maka kemungkinan dapat terjadi perubahan perilaku penyewa motor listrik Grab Indonesia. Variabel yang digunakan masih belum sepenuhnya mewakili faktor-faktor yang berpengaruh terhadap variabel Y atau *purchase intention*, maka dari itu pada penelitian selanjutnya penulis merekomendasikan untuk terus memperbaharui konsep, pengukuran serta teori pada variabel terkait.