

BAB VI

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

6.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan memahami pengaruh faktor-faktor dalam model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang dikombinasikan dengan variabel *digital media habit* terhadap keputusan penggunaan aplikasi Lapangbola serta loyalitas pengguna terhadap merek tersebut. Dengan mengadopsi pendekatan kuantitatif menggunakan analisis *Partial Least Square* (PLS), penelitian ini berhasil menghasilkan beberapa temuan utama yang signifikan, yang dirangkum sebagai berikut.

1. Model UTAUT yang dikombinasikan dengan *digital media habit* terbukti efektif dalam menjelaskan keputusan penggunaan aplikasi Lapangbola dan loyalitas merek secara simultan. Model ini secara tidak langsung berkontribusi signifikan terhadap terbentuknya loyalitas merek. Hal ini menunjukkan bahwa integrasi variabel *digital media habit* ke dalam model UTAUT memberikan kontribusi konseptual dan praktis dalam merumuskan strategi pemasaran digital Lapangbola.
2. Secara parsial, tiga dari lima faktor dalam model UTAUT, yakni *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *digital media habit*, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi. Sementara itu, *social influence* dan *facilitating conditions* menunjukkan pengaruh positif namun tidak signifikan. Temuan ini menggaris bawahi bahwa keputusan adopsi aplikasi Lapangbola lebih dipengaruhi oleh manfaat fungsional, kemudahan penggunaan, dan kebiasaan digital pengguna daripada oleh faktor eksternal atau dukungan teknis.
3. Dalam mempengaruhi loyalitas merek secara langsung, hanya variabel *decision to use* yang terbukti signifikan. Variabel-variabel UTAUT (PE, EE, SI, FC) dan *digital media habit* tidak menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan terhadap loyalitas merek. Ini mengindikasikan bahwa loyalitas pengguna lebih

banyak terbentuk melalui pengalaman nyata dalam menggunakan aplikasi, bukan dari persepsi awal terhadap aplikasi.

4. Keputusan penggunaan (*decision to use*) terbukti memediasi secara signifikan pengaruh *performance expectancy* dan *digital media habit* terhadap loyalitas merek. Namun, tidak ditemukan efek mediasi signifikan dari *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions* terhadap loyalitas merek melalui *decision to use*. Ini menandakan bahwa proses kognitif dan kebiasaan digital memainkan peran penting dalam membentuk loyalitas melalui pengalaman penggunaan yang nyata.
5. Faktor kunci dalam pengembangan strategi pemasaran digital Lapangbola adalah integrasi elemen kebiasaan digital pengguna, persepsi kinerja, dan pengalaman penggunaan nyata. Strategi yang berorientasi pada kemudahan akses, nilai tambah fungsional, serta pembentukan *digital media habit* yang konsisten akan lebih efektif dalam membangun loyalitas jangka panjang dibandingkan pendekatan konvensional berbasis persuasi sosial atau dukungan teknis semata.

Secara keseluruhan, penelitian ini menemukan bahwa faktor kunci dalam pengembangan strategi pemasaran digital untuk aplikasi Lapangbola terletak pada penguatan persepsi manfaat aplikasi (*performance expectancy*), peningkatan kemudahan penggunaan (*effort expectancy*), serta pembentukan dan penguatan kebiasaan digital pengguna. Hal ini memperkaya pemahaman akademik bahwa dalam konteks aplikasi berbasis data olahraga, kebiasaan penggunaan digital memiliki peran strategis dalam mendorong keputusan penggunaan dan mempertahankan loyalitas pengguna dalam jangka panjang. Temuan ini juga memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori, dengan membuktikan bahwa integrasi faktor kebiasaan digital ke dalam model UTAUT dapat meningkatkan daya jelajah model dalam menjelaskan perilaku penggunaan aplikasi berbasis teknologi digital, khususnya dalam bidang olahraga. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi empiris, tetapi juga menawarkan landasan teoritis baru untuk penelitian selanjutnya di bidang pemasaran digital dan adopsi teknologi.

6.2 Implikasi

6.2.1 Implikasi Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap pengembangan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), khususnya dalam konteks adopsi aplikasi digital berbasis olahraga. Temuan bahwa *performance expectancy* dan *effort expectancy* berpengaruh positif signifikan terhadap *decision to use* memperkuat validitas konstruk-konstruk utama dalam UTAUT, serta menunjukkan bahwa model ini tetap relevan untuk menjelaskan perilaku adopsi teknologi dalam konteks aplikasi modern. Selain itu, penelitian ini memperkenalkan *digital media habit* sebagai variabel eksternal yang mampu meningkatkan daya jelajah model, mengindikasikan bahwa kebiasaan digital pengguna menjadi faktor yang semakin penting dalam studi adopsi teknologi. Dengan demikian, hasil penelitian ini membuka peluang bagi pengembangan teori lebih lanjut, dengan mempertimbangkan integrasi aspek kebiasaan digital ke dalam model-model perilaku adopsi teknologi di era transformasi digital saat ini.

6.2.2 Implikasi Praktis

Dari sisi praktis, hasil penelitian ini memberikan arahan konkret bagi pengembang aplikasi, khususnya dalam industri olahraga digital. Temuan bahwa persepsi terhadap manfaat aplikasi dan kemudahan penggunaan merupakan faktor dominan dalam mendorong keputusan penggunaan menegaskan pentingnya pengembangan fitur yang berfokus pada kebutuhan pengguna. Pengembang aplikasi seperti Lapangbola perlu mengutamakan fitur-fitur yang relevan, mudah digunakan, serta mampu memberikan nilai tambah langsung kepada pengguna. Di sisi lain, meskipun pengaruh *social influence* tidak signifikan secara langsung, pendekatan berbasis komunitas tetap memiliki relevansi strategis dalam membangun ekosistem pengguna yang loyal. Kerja sama dengan komunitas olahraga lokal, *influencer* olahraga, serta pengembangan program komunitas pengguna dapat menjadi strategi untuk memperkuat kehadiran aplikasi di pasar dan meningkatkan adopsi di kalangan pengguna baru.

6.2.3 Implikasi Bisnis

Dalam ranah bisnis, hasil penelitian ini memberikan beberapa implikasi strategis untuk pengembangan dan pemasaran aplikasi Lapangbola. Pertama, peningkatan fitur aplikasi yang berorientasi pada pengguna menjadi prioritas utama, mengingat *performance expectancy* dan *effort expectancy* terbukti berpengaruh kuat terhadap keputusan penggunaan. Fitur seperti sistem pencarian lapangan yang cepat, pemesanan yang efisien, serta antarmuka yang intuitif perlu dikembangkan dan disempurnakan secara berkelanjutan. Kedua, meskipun *social influence* tidak berpengaruh signifikan, strategi pemasaran berbasis komunitas olahraga tetap perlu dioptimalkan melalui program *referral*, *event sponsorship*, dan kerja sama dengan *influencer* lokal. Ketiga, mengingat pentingnya *facilitating conditions*, meskipun tidak signifikan secara statistik, infrastruktur pendukung seperti stabilitas aplikasi, keamanan data pengguna, dan layanan pelanggan yang responsif harus dipastikan untuk mendukung pengalaman pengguna yang mulus. Keempat, strategi integrasi media sosial menjadi penting, sejalan dengan temuan bahwa *digital media habit* mempercepat adopsi aplikasi. Lapangbola perlu mengoptimalkan fitur-fitur yang memungkinkan pengguna berbagi aktivitas atau prestasi olahraga melalui media sosial. Kelima, pengembangan program retensi pengguna seperti *reward points*, personalisasi layanan, dan promosi eksklusif perlu dilakukan untuk meningkatkan loyalitas pengguna dalam jangka panjang. Terakhir, perluasan pasar melalui kolaborasi strategis dengan organisasi olahraga, sekolah, atau universitas menjadi langkah penting untuk memperluas basis pengguna aplikasi.

6.3 Rekomendasi

6.3.1 Rekomendasi untuk Bisnis

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan agar pengembangan aplikasi difokuskan pada peningkatan fitur yang intuitif, fungsional, dan berorientasi pada manfaat langsung pengguna. Pengalaman pengguna yang optimal akan menjadi kunci dalam mendorong keputusan penggunaan dan membangun loyalitas pengguna terhadap aplikasi. Selain itu, strategi promosi perlu diperkuat dengan

pendekatan berbasis komunitas dan kolaborasi dengan *influencer* olahraga untuk meningkatkan *social influence* dan memperluas jangkauan pasar. Integrasi media sosial dalam aplikasi juga perlu dioptimalkan guna meningkatkan interaksi dan keterlibatan pengguna.

6.3.2 Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian di masa depan disarankan untuk melibatkan segmen pengguna yang lebih beragam, baik dari sisi demografi, jenis olahraga yang digeluti, maupun tingkat intensitas penggunaan aplikasi. Penggunaan pendekatan kualitatif seperti wawancara mendalam atau diskusi kelompok terarah akan memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai persepsi dan motivasi pengguna dalam mengadopsi aplikasi olahraga. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi pengaruh adopsi teknologi baru seperti *Artificial Intelligence* (AI) atau *Augmented Reality* (AR) dalam meningkatkan pengalaman pengguna dan loyalitas terhadap aplikasi olahraga digital.

6.3.3 Rekomendasi untuk Pembuat Kebijakan

Dalam konteks kebijakan publik, hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan untuk mendorong pemanfaatan aplikasi digital sebagai sarana promosi gaya hidup sehat. Pemerintah dapat bekerja sama dengan pengembang aplikasi olahraga dalam kampanye promosi kesehatan masyarakat, sekaligus memberikan insentif bagi pengembangan inovasi digital yang berdampak positif secara sosial dan ekonomi. Dukungan terhadap inisiatif berbasis teknologi dalam bidang olahraga juga diharapkan dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam aktivitas fisik dan memperluas akses terhadap layanan olahraga berbasis digital.