

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Inovasi layanan digital tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali.
2. Inovasi layanan digital berpengaruh secara signifikan terhadap *service convenience*.
3. *Service convenience* berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali.
4. *Service convenience* memediasi hubungan antara inovasi layanan digital dengan minat menggunakan kembali.
5. Usia tidak memoderasi hubungan antara inovasi layanan digital dengan minat menggunakan kembali.

B. Implikasi

Implikasi dari penelitian ini ada dua yaitu implikasi empiris dan praktik.

Implikasi empirisnya terdapat pada hipotesis yang mengungkapkan bahwa inovasi layanan digital memiliki pengaruh positif terhadap *service convenience*, *service convenience* berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali dan terdapat hubungan tidak langsung antara inovasi layanan digital dengan minat menggunakan kembali. Hal ini didukung oleh Colwell et al. (2008) yang mendefinisikan *service convenience* sebagai

sebagai sarana untuk menambah nilai bagi konsumen, dengan mengurangi jumlah waktu dan usaha yang harus dikeluarkan oleh konsumen dalam mengakses layanan. inovasi layanan digital bertujuan untuk lebih efektif serta memberikan keunggulan kompetitif (Sartika, 2015), Hal ini berhubungan dengan yang dikatakan oleh Hassan (2021) *Service convenience* akan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan kembali seorang pelanggan, hal ini terjadi dikarenakan konsumen sangat memperhatikan aspek kemudahan, terutama jika konsumen ingin selalu menggunakan platform tertentu sebagai media utama untuk melakukan pembelian atau mencari informasi..

Implikasi praktis sebaiknya PT. KAI dalam melakukan inovasi layanannya dilakukan secara terarah agar tidak membuang kesempatan yang ada. Seperti kutipan Lusch & Nambisan (2015) mengatakan bahwa inovasi layanan digital didefinisikan sebagai pemanfaatan kembali sumber daya digital yang beragam yang menciptakan sumber daya baru yang bermanfaat (yaitu, pengalaman bernilai) bagi beberapa aktor dalam konteks tertentu. Olivia & Marchyta (2022) dalam penelitiannya menemukan bahwa pengguna akan lebih merasakan minat untuk menggunakan suatu inovasi layanan apabila dinilai mudah ketika digunakan. Jika inovasi yang dibuat tidak sejalan dengan dua kutipan tersebut dikhawatirkan adanya penolakan adopsi inovasi bagi para pengguna jasa layanan kereta api.

C. Keterbatasan Penelitian

Dari penelitian yang telah dilakukan, didapat beberapa keterbatasan penelitian sebagai berikut.

1. Hanya mengandalkan *Google form* sebagai media penyebaran kuisioner membuat peneliti kurang bisa menjangkau seluruh lapisan demografi pengguna jasa layanan PT. KAI.
2. Terdapat beberapa kriteria *goodness of fit* yang tidak tercapai, yaitu Chi-square, Probability, CMIN/DF, AGFI, dan GFI.
3. Nilai multivariate yang tidak normal yang berada diangka 12,289.

