

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini yang berjudul Pengaruh Kepercayaan *Online*, Promosi Penjualan dan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Pelanggan dalam Penggunaan Aplikasi M-Tix Cineplex 21 pada Generasi Z di Jakarta Selatan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kepercayaan *Online* (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Generasi Z pada Aplikasi M-Tix Cineplex 21 di Jakarta Selatan. Hal ini memiliki arti bahwa semakin baik Kepercayaan *Online* yang dialami oleh pelanggan generasi z aplikasi M-Tix Cineplex 21 di Jakarta Selatan, maka semakin meningkat juga keputusan generasi z menggunakan aplikasi M-Tix Cineplex 21 di Jakarta Selatan.
2. Promosi Penjualan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan pada Aplikasi M-Tix Cineplex 21 di Jakarta Selatan. Hal ini memiliki arti bahwa semakin baik Promosi Penjualan yang dialami oleh pelanggan generasi z aplikasi M-Tix Cineplex 21 di Jakarta Selatan, maka semakin meningkat juga keputusan generasi z menggunakan aplikasi M-Tix Cineplex 21 di Jakarta Selatan.
3. Persepsi Kemudahan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan pada Aplikasi M-Tix Cineplex 21 di Jakarta Selatan. Hal ini memiliki arti bahwa semakin baik Persepsi Kemudahan yang dialami oleh pelanggan generasi z aplikasi M-Tix Cineplex 21 di Jakarta Selatan, maka semakin meningkat juga keputusan generasi z menggunakan aplikasi M-Tix Cineplex 21 di Jakarta Selatan.

B. Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian serta kesimpulan yang telah diuraikan, penulis ingin memberikan beberapa saran yang mungkin bermanfaat bagi aplikasi M-Tix Cineplex 21 dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan Keputusan Penggunaan. Berikut adalah beberapa saran yang bisa dipertimbangkan :

1. Aplikasi M-Tix Cineplex 21 berhasil membangun kepercayaan *online* dengan kemampuannya memengaruhi keputusan penggunaan. Meskipun demikian, fokus utama aplikasi M-Tix Cineplex 21 sebaiknya ditempatkan pada peningkatan kompetensinya agar dapat diandalkan lebih daripada aplikasi sejenis. Dengan demikian, diharapkan aplikasi ini dapat memberikan kontribusi yang lebih besar dalam meningkatkan keputusan penggunaan pelanggan di M-Tix Cineplex 21.
2. Aplikasi M-Tix Cineplex 21 berhasil membangun strategi promosi penjualan melalui pengaruhnya terhadap Keputusan Penggunaan. Namun, perlu ditekankan bahwa fokus utama Aplikasi M-Tix Cineplex 21 seharusnya tertuju pada peningkatan insentif dalam bentuk penawaran cashback yang menarik, serta peningkatan jumlahnya, terutama terkait tiket bioskop yang dipesan oleh konsumen. Dengan demikian, diharapkan aplikasi ini dapat memberikan kontribusi yang lebih besar dalam mempengaruhi Keputusan Penggunaan pelanggan di M-Tix Cineplex 21.
3. Aplikasi M-Tix Cineplex 21 berhasil membangun persepsi kemudahan melalui pengaruhnya terhadap Keputusan Penggunaan. Meski demikian, perlu difokuskan pada peningkatan kemudahan penggunaan dalam sistem aplikasi tersebut untuk menghindari perbandingan yang sering dilakukan konsumen terhadap keunggulan M-Tix Cineplex 21 dibandingkan dengan aplikasi lainnya. Dengan demikian, diharapkan aplikasi ini dapat lebih berperan dalam meningkatkan Keputusan Penggunaan pelanggan di M-Tix Cineplex 21