

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini dilihat berdasarkan uji item variabel pada uji validitas dengan melihat nilai tertinggi dan nilai terendah pada R_{hitung} item. Berdasarkan hasil analisis yang telah dijelaskan pada penelitian yang membahas tentang pengaruh sosialisasi aplikasi dan *public trust* terhadap pengguna aplikasi PosAja ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Sosialisasi Aplikasi (X1)

Berdasarkan hasil uji item variabel sosialisasi aplikasi (X1) ditemukan bahwa item variabel X1.5 yang menyatakan “PT. Pos Indonesia Pangkalpinang aktif menyampaikan sosialisasi secara tidak langsung melalui media sosial kepada masyarakat” memiliki nilai tertinggi sehingga dapat disimpulkan bahwa PT. Pos Indonesia Pangkalpinang telah melakukan sosialisasi aplikasi secara tidak langsung melalui media sosial dengan baik.

Pada uji item variabel sosialisasi aplikasi (X1) juga ditemukan bahwa pada item variabel X1.3 yang menyatakan “PT. Pos Indonesia Pangkalpinang sudah melakukan sosialisasi lewat media non-elektronik seperti media *flayers* (poster dan brosur)” memiliki nilai terendah sehingga dapat disimpulkan bahwa PT. Pos Indonesia Pangkalpinang perlu untuk meningkatkan kembali sosialisasi media non-elektronik dengan baik.

Pada hasil uji parsial (t) menunjukkan bahwa variabel sosialisasi aplikasi (X1) terdapat pengaruh dan signifikansi antara variabel sosialisasi aplikasi terhadap pengguna aplikasi PosAja.

2. Variabel *Public Trust* (X2)

Berdasarkan hasil uji item variabel *public trust* (X2) ditemukan bahwa item variabel X2.6 yang menyatakan “Saya percaya terhadap informasi yang diberikan aplikasi PosAja” memiliki nilai tertinggi sehingga dapat disimpulkan

bahwa PT. Pos Indonesia Pangkalpinang memiliki kepercayaan masyarakat terkait informasi yang diberikan pada aplikasi PosAja sehingga PT. Pos Indonesia Pangkalpinang perlu mempertahankan hal tersebut.

Pada uji item variabel *public trust* (X2) juga ditemukan bahwa pada variabel X2.8 yang menyatakan “Saya percaya aplikasi PosAja sangat bermanfaat” memiliki nilai terendah sehingga dapat disimpulkan bahwa PT. Pos Indonesia Pangkalpinang perlu mensosialisasikan kembali bahwa aplikasi PosAja memiliki banyak manfaat untuk pengguna aplikasi PosAja.

Pada hasil uji parsial (t) menunjukkan bahwa variabel *public trust* (X2) tidak terdapat pengaruh dan tidak signifikansi antara variabel *public trust* terhadap pengguna aplikasi PosAja.

3. Variabel Pengguna Aplikasi (Y)

Berdasarkan hasil uji item variabel pengguna aplikasi PosAja (Y) ditemukan bahwa pada item variabel Y1.6 yang menyatakan “Saya menggunakan aplikasi PosAja karena tampilan yang menarik” memiliki nilai tertinggi sehingga PT. Pos Indonesia Pangkalpinang perlu mempertahankan hal tersebut untuk tetap menarik minat pengguna aplikasi PosAja.

Pada uji item variabel pengguna aplikasi PosAja (Y) juga ditemukan bahwa pada variabel Y1.5 yang menyatakan “Saya menggunakan aplikasi PosAja karena sangat bermanfaat” memiliki nilai terendah sehingga dapat disimpulkan bahwa PT. Pos Indonesia Pangkalpinang perlu untuk mensosialisasikan kembali bahwa aplikasi PosAja memiliki banyak manfaat untuk pengguna aplikasi PosAja.

Pada hasil uji simultan (f) menunjukkan bahwa variabel sosialisasi aplikasi (X1) dan variabel *public trust* (X2) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap pengguna aplikasi PosAja.

5.2 Saran

1. Bagi perusahaan perlu untuk terus melakukan sosialisasi aplikasi dengan memberikan poster atau pun brosur kepada pengguna aplikasi dan kepada masyarakat yang belum mengetahui aplikasi tersebut sehingga dapat menambah wawasan bagi masyarakat lain.
2. Perlu dilakukan sosialisasi kembali agar dapat memberikan kepercayaan terhadap pengguna aplikasi terhadap informasi yang diberikan terutama pada manfaat apa saja yang bisa diberikan pada aplikasi PosAja sehingga hal ini dapat menambah kepercayaan terhadap layanan tersebut.
3. Bagi peneliti lain perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terhadap faktor – faktor selain variabel sosialisasi aplikasi dan *public trust* yang secara simultan berpengaruh terhadap pengguna aplikasi PosAja.

