

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil teori, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Performance expectancy* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *behavioral intentions* dalam penggunaan aplikasi Telegram. Ini berarti bahwa meskipun pengguna merasa kinerjanya terbantu oleh aplikasi Telegram, hal tersebut belum tentu meningkatkan minat mereka untuk menggunakan aplikasi tersebut.
2. *Effort expectancy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intentions* dalam penggunaan aplikasi Telegram. Ini berarti bahwa kemudahan penggunaan aplikasi Telegram secara signifikan meningkatkan minat pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut.
3. *Social influence* memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *behavioral intentions* dalam penggunaan aplikasi Telegram. Ini berarti bahwa faktor sosial seperti pengaruh orang-orang yang berada di lingkungan sosialnya termasuk keluarga dan teman tidak secara signifikan memengaruhi minat pengguna untuk menggunakan aplikasi Telegram.
4. *Facilitating conditions* memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *behavioral intentions* dalam penggunaan aplikasi Telegram. Ini berarti bahwa, faktor-faktor seperti sumber daya dan teknologi, termasuk dukungan komputer, dan kemudahan penggunaan yang dirasakan pengguna tidak secara signifikan mempengaruhi dalam minat mereka untuk menggunakan aplikasi Telegram.
5. *Facilitating conditions* memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *use behavior* dalam penggunaan aplikasi Telegram. Ini berarti bahwa fasilitas yang membantu pengguna dalam menggunakan aplikasi tidak secara signifikan meningkatkan perilaku penggunaan aplikasi Telegram.
6. *Hedonic motivation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intentions* dalam penggunaan aplikasi Telegram. Ini berarti bahwa motivasi hedonis, yang membuat pengguna senang dan ketagihan, signifikan meningkatkan minat mereka untuk menggunakan aplikasi Telegram.
7. *Price value* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *behavioral intentions* dalam penggunaan aplikasi Telegram. Ini berarti bahwa seiring dengan kualitas yang diperoleh, keterjangkauan harga dalam

penggunaan aplikasi Telegram belum secara signifikan memengaruhi minat pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut.

8. *Habit* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intentions* dalam penggunaan aplikasi Telegram. Ini berarti bahwa kepercayaan pengguna bahwa aplikasi Telegram mendukung mereka dalam berkomunikasi signifikan meningkatkan minat mereka untuk menggunakan aplikasi tersebut.
9. *Habit* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior* dalam penggunaan aplikasi Telegram. Ini berarti bahwa kepercayaan pengguna bahwa aplikasi Telegram mendukung mereka dalam berkomunikasi signifikan meningkatkan perilaku penggunaan aplikasi Telegram.
10. *Behavioral intentions* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *use behavior* dalam penggunaan aplikasi Telegram. Ini berarti bahwa minat pengguna untuk menggunakan aplikasi Telegram belum secara signifikan meningkatkan perilaku penggunaannya.
11. Dari 15 jalur variabel moderator, seperti variabel usia, jenis kelamin, dan pengalaman, masing-masing memiliki 5 jalur moderasi. Namun, hanya satu jalur yang menunjukkan dampak yang signifikan, yaitu jalur antara jenis kelamin dan nilai harga terhadap niat perilaku. Jalur ini menunjukkan bahwa variabel jenis kelamin dan nilai harga memiliki dampak negatif dan signifikan pada niat perilaku. Artinya, jenis kelamin memoderasi pengaruh nilai harga terhadap niat perilaku. Sementara itu, 14 jalur variabel moderator lainnya tidak menunjukkan adanya moderasi antara variabel eksogen terhadap variabel endogen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan analisis menggunakan metode lainnya atau dapat juga menambahkan variabel lain yang dapat memperluas hasil, dan melakukan analisis jalur yang lebih mendalam guna memahami interaksi antara variabel moderator dan variabel utama. Fokus penelitian dapat diarahkan pada identifikasi faktor kontekstual atau kondisi khusus yang memoderasi hubungan antara variabel eksogen dan endogen. Penelitian lebih lanjut sebaiknya difokuskan pada pemahaman mendalam terhadap faktor-faktor tersebut dan upaya meningkatkan relevansinya terhadap perilaku pengguna.