

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan teori, hasil penelitian, dan pengujian analisis regresi linear berganda yang dilakukan mengenai pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap minat menggunakan aplikasi *mobile commerce* pada pengguna *website e-commerce* di Indonesia dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai *perceived ease of use* pengguna *website e-commerce* di Indonesia dapat dilihat dari dimensinya yang terdiri dari sistem jelas dan mudah dimengerti, tidak membutuhkan banyak upaya, dan sistem mudah digunakan berada pada kategori cukup tinggi. Artinya penilaian *perceived ease of use* menurut pengguna *website e-commerce* di Indonesia dinilai cukup baik. Dimensi sistem mudah digunakan merupakan dimensi yang memiliki penilaian paling tinggi dalam membentuk minat menggunakan aplikasi *mobile commerce*, sedangkan dimensi yang memiliki penilaian paling rendah dalam membentuk minat menggunakan aplikasi *mobile commerce* adalah dimensi tidak membutuhkan banyak upaya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *perceived ease of use* bagi pengguna *website e-commerce* sebagian besar cukup baik.
2. Gambaran mengenai *perceived usefulness* pengguna *website e-commerce* di Indonesia dapat dilihat dari dimensinya yang terdiri dari kinerja, efektivitas, dan produktivitas berada pada kategori tinggi. Artinya penilaian *perceived usefulness* menurut pengguna *website e-commerce* di Indonesia dinilai sangat baik. Dimensi kinerja merupakan dimensi yang memiliki penilaian paling tinggi dalam membentuk minat menggunakan aplikasi *mobile commerce*, sedangkan dimensi yang memiliki penilaian paling rendah dalam membentuk minat menggunakan aplikasi *mobile commerce* adalah dimensi produktivitas.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* bagi pengguna *website e-commerce* sebagian besar sangat baik.

3. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa minat menggunakan aplikasi *mobile commerce* berada pada kategori cukup tinggi. Hal ini dapat dilihat dari dimensi yang tertinggi hingga terendah. Dimensi minat menggunakan yang memiliki penilaian sangat tinggi yaitu dimensi ketertarikan, sedangkan dimensi yang memiliki penilaian sangat rendah adalah dimensi keinginan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa minat menggunakan aplikasi *mobile commerce* sebagian besar sudah cukup baik.
4. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa *perceived ease of use* mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi *mobile commerce*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *perceived ease of use* pengguna *website e-commerce* di Indonesia, maka semakin tinggi pula minat menggunakan aplikasi *mobile commerce* tersebut.
5. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa *perceived usefulness* mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi *mobile commerce*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *perceived usefulness* pengguna *website e-commerce* di Indonesia, maka semakin tinggi pula minat menggunakan aplikasi *mobile commerce* tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis menyarankan beberapa hal mengenai *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* yang dapat meningkatkan minat menggunakan aplikasi *mobile commerce*, yaitu sebagai berikut:

1. *Perceived ease of use* pada pengguna *website e-commerce* di Indonesia secara menyeluruh memiliki pengaruh yang signifikan dan dikategorikan baik pengaruhnya terhadap minat menggunakan, tetapi ada beberapa yang perlu dilakukan peningkatan yaitu dimensi tidak membutuhkan banyak upaya, yang memiliki nilai pengaruh paling rendah. Apabila persepsi pengguna bahwa aplikasi *mobile commerce* tidak membutuhkan banyak upaya baik, maka pengguna *website e-commerce* akan menggunakan aplikasi *mobile commerce*

dalam melakukan transaksi jual-beli secara *online*. Hal tersebut jika diperhatikan oleh perusahaan *e-commerce* akan meningkatkan minat menggunakan aplikasi *mobile commerce*.

2. *Perceived usefulness* pada pengguna *website e-commerce* di Indonesia secara menyeluruh memiliki pengaruh yang signifikan dan dikategorikan baik pengaruhnya terhadap minat menggunakan, tetapi ada beberapa yang perlu dilakukan peningkatan yaitu dimensi produktivitas, yang memiliki nilai pengaruh paling rendah. Apabila persepsi pengguna bahwa produktivitas menggunakan aplikasi *mobile commerce* baik, maka pengguna *website e-commerce* akan menggunakan aplikasi *mobile commerce* dalam melakukan transaksi jual-beli secara *online*. Hal tersebut jika diperhatikan oleh perusahaan *e-commerce* akan meningkatkan minat menggunakan aplikasi *mobile commerce*.
3. Minat menggunakan aplikasi *mobile commerce* dipengaruhi oleh beberapa dimensi *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Minat menggunakan dapat ditingkatkan pada aspek keinginan karena memiliki nilai pengaruh yang paling rendah. Minat menggunakan ini muncul dan menciptakan suatu motivasi atau dorongan yang terus menerus terekam dalam benak konsumen, yang pada akhirnya akan mengaktualisasikannya. Perusahaan *e-commerce* harus memperhatikan keinginan pengguna akan kemudahan yang ditawarkan aplikasi *mobile commerce* terpenuhi maka akan meningkatkan pengguna aplikasi *mobile commerce*.
4. Hasil penelitian menyatakan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* serta masing-masing dari variabel secara terpisah memiliki pengaruh secara positif terhadap minat menggunakan aplikasi *mobile commerce*, dengan demikian penulis merekomendasikan agar perusahaan tetap menjaga, mempertahankan, dan meningkatkan minat menggunakan aplikasi *mobile commerce* melalui *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* kepada pengguna *website e-commerce*.
5. Kelemahan pada penelitian ini diantaranya adalah penelitian yang dilakukan pada satu waktu (*cross sectional*) sehingga ada kemungkinan perilaku

individu yang cepat berubah dari waktu ke waktu, selain itu variabel yang digunakan dalam penelitian ini belum mewakili semua faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk memperbarui kembali teori mengenai *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan minat menggunakan maupun melakukan penelitian pada objek yang lebih spesifik.