

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibahas pada bab sebelumnya, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, biaya transaksi, sikap, niat perilaku pada responden yaitu masyarakat millennial pengguna *e-commerce*, seluruhnya terkategori sedang. Artinya, masyarakat millennial pengguna *e-commerce* cukup merasakan kebermanfaatan, kemudahan, biaya transaksi, kesenangan, serta cukup memungkinkan untuk melakukan aktivitas belanja *online* baik masa kini maupun di masa yang akan datang.
2. Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap niat perilaku dalam penggunaan *e-commerce* untuk belanja *online*. Artinya, semakin merasakan kebermanfaatan dan kemudahan penggunaan *e-commerce*, konsumen semakin tinggi kemungkinan untuk melakukan aktivitas belanja *online* baik masa kini maupun di masa yang akan datang. Sedangkan hasil yang berbeda dengan teori ditunjukkan oleh variabel biaya transaksi berpengaruh positif terhadap niat perilaku dalam penggunaan *e-commerce* untuk belanja *online*. Artinya, semakin besar biaya yang dirasakan konsumen dalam bentuk waktu maupun tenaga memberikan dampak positif terhadap kemungkinan untuk melakukan aktivitas belanja *online* baik masa kini maupun di masa yang akan datang.
3. Sikap memediasi pengaruh antara persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat perilaku dalam penggunaan *e-commerce* untuk belanja *online*. Artinya, sikap dipengaruhi oleh kegunaan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan, serta mempengaruhi niat perilaku. Semakin bermanfaat dan mudah *e-commerce* bagi konsumen, maka kemungkinan

penggunaan masa kini dan masa depan akan semakin tinggi seiring dengan semakin tingginya rasa senang melakukan aktivitas belanja *online* di *e-commerce*.

## 5.2 Rekomendasi

Adapun rekomendasi yang dapat penulis berikan berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

### 1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan tambahan bukti empiris atas teori-teori yang melandasi hubungan yang telah digambarkan dalam penelitian ini. Untuk peneliti selanjutnya, dapat memperluas penelitian dengan menambah variabel atau mengkhususkan pada segi wilayah. Hal tersebut karena masih terdapat banyak faktor yang belum digunakan dan belum diketahui. Penelitian selanjutnya juga diharapkan lebih memperjelas variabel-variabel penelitian sehingga tidak terjadi bias pada hasil penelitiannya.

### 2. Bagi Perusahaan/Pengelola situs *e-commerce*

Pengelola situs *e-commerce* diharapkan untuk terus memberikan manfaat yang positif bagi masyarakat, menjadi solusi berbelanja bagi konsumen agar efektif, baik dari segi layanan maupun ketersediaan berbagai jenis barangnya. Selain itu, pengelola *e-commerce* juga diharapkan untuk terus mengembangkan fitur-fitur yang semakin memudahkan konsumen untuk mengakses *e-commerce*.

### 3. Bagi pemerintah/*stakeholder*

Pemerintah diharapkan turut aktif dalam perkembangan *e-commerce* untuk mendorong pemerataan ekonomi secara digital, salah satunya dengan mendorong UMKM untuk melek teknologi dan memasarkan produknya melalui *e-commerce* agar daya beli konsumen dapat tersalurkan lebih luas dan efektif sehingga dapat memberikan kontribusi yang besar bagi perekonomian.

#### 4. Bagi Lembaga Pendidikan

Lembaga Pendidikan diharapkan untuk selalu menjadi penyeimbang kualitas generasi bangsa di tengah perubahan teknologi yang berkembang secara cepat, untuk meminimalisasi dampak negatif yang terjadi. Mencetak generasi konsumen yang bijak dengan konsep literasi keuangan dan investasi Pendidikan, mencetak wirausahawan yang melek teknologi dengan literasi digital.