

BAB V

KESIMPULAN dan SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan yang telah dibahas maka kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Computer Self Efficacy* berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness* dalam menggunakan *m-commerce*, sehingga hipotesis 1 diterima. Anggapannya bahwa kepercayaan diri para pelaku UMK dalam menggunakan *m-commerce* berpengaruh positif terhadap persepsi kemanfaatan.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Computer Self Efficacy* berpengaruh terhadap *Perceived Ease of Use* dalam menggunakan *m-commerce*, sehingga hipotesis 2 diterima. Anggapannya bahwa kepercayaan diri para pelaku UMK dalam menggunakan *m-commerce* berpengaruh positif terhadap persepsi atas kemudahan.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* tidak berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness* dalam menggunakan *m-commerce*, sehingga hipotesis 3 ditolak. Anggapannya bahwa persepsi atas kemudahan para pelaku UMK dalam menggunakan *m-commerce* berpengaruh positif terhadap persepsi atas manfaat yang diterima dari *m-commerce*.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Attitude Towards Using* dalam menggunakan *m-commerce*, sehingga hipotesis 4 diterima. Anggapannya bahwa persepsi atas kemudahan para pelaku UMK dalam menggunakan *m-commerce* berpengaruh terhadap sikap para pelaku UMK untuk menerima atau menolak *m-commerce*.
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* tidak berpengaruh terhadap *Attitude Towards Using* dalam menggunakan *m-commerce*, sehingga hipotesis 5 ditolak. Anggapannya bahwa manfaat yang diterima para pelaku UMK dalam menggunakan *m-commerce* tidak berpengaruh terhadap sikap para pelaku UMK untuk menerima atau menolak *m-commerce*.
6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Intention to Use* dalam menggunakan *m-commerce*, sehingga hipotesis 6 diterima. Anggapannya

bahwa manfaat yang diterima para pelaku UMK dalam menggunakan *m-commerce* berpengaruh terhadap keinginan para pelaku UMK untuk menggunakan *m-commerce*.

7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Attitude Towards Using* tidak berpengaruh terhadap *Intention to Use* dalam menggunakan *m-commerce*, sehingga hipotesis 7 ditolak. Anggapannya bahwa sikap para pelaku UMK untuk menerima atau menolak *m-commerce* tidak berpengaruh terhadap keinginan para pelaku UMK untuk menggunakan *m-commerce*.
8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Intention to Use* berpengaruh terhadap *Actual Usage* dalam menggunakan *m-commerce*, sehingga hipotesis 8 diterima. Anggapannya bahwa keinginan para pelaku UMK untuk menggunakan *m-commerce* berpengaruh pada penggunaan *m-commerce* dalam kehidupan sehari – hari.

Kesimpulan dalam penelitian adalah bahwa *Computer self efficacy* berpengaruh terhadap *Actual Usage*. Dimana para pelaku UMK mempunyai rasa percaya diri dalam menggunakan tinggi dalam menggunakan *m-commerce* sehingga para pelaku UMK memiliki persepsi atas kemudahan dan manfaat yang diterima dari *m-commerce* tersebut. Persepsi atas manfaat yang diterima oleh para pelaku UMK membuat para pelaku UMK ingin menggunakan *m-commerce* sebagai sarana untuk memasarkan produknya. Sehingga para pelaku UMK menggunakan *m-commerce* secara rutin tiap harinya.

5.2 Saran

Bagi UMK :

1. Untuk para pelaku UMK yang belum menggunakan *m-commerce*, diharapkan untuk dapat menggunakan *m-commerce* dalam aktivitas usahanya karena *m-commerce* mampu memberikan banyak manfaat yang dapat berdampak aktivitas usahanya.
2. Para pelaku UMK yang sudah menggunakan *m-commerce* dapat mengajak para pelaku UMK lain yang belum menggunakan *m-commerce* agar mampu memajukan UMK di kota Semarang.

Bagi pemerintah:

1. Pemerintah dapat mensosialisasikan manfaat dari *m-commerce*. Sehingga banyak para pelaku UMK tertarik menggunakan *m-commerce* dalam melakukan usahanya.