

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis analisis *Technology Acceptance Model* (TAM) terhadap penerapan *e-commerce* di UKM Kota Semarang. Berikut merupakan hasil penelitian yang didapatkan dan menyatakan bahwa:

1. *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap penerapan *e-commerce* di UKM kota Semarang. Hasil ini mendukung teori *Technology Acceptance Model* atau TAM dan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Prasetyaningrum dan Sejati (2017) menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap penerapan *e-commerce*.
2. *Perceived easy of use* berpengaruh positif terhadap penerapan *e-commerce* di UKM kota Semarang. Hasil ini mendukung teori *Technology Acceptance Model* atau TAM dan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sarigih et al (2013) yang menyatakan bahwa *perceived easy of use* berpengaruh positif terhadap penerapan *e-commerce*.
3. *Behavioral intention to use* tidak berpengaruh signifikan terhadap penerapan *e-commerce* di UKM kota Semarang.
4. *Actual system usage* berpengaruh positif terhadap penerapan *e-commerce* di UKM kota Semarang. Hasil ini mendukung teori *Technology Acceptance Model* atau TAM dan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Poetri (2010)

menyatakan bahwa *actual system usage* berpengaruh positif terhadap penerapan *e-commerce*.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini belum ada kontrol terhadap responden yang pasti menggunakan *e-commerce*.

5.3 Saran dan Implikasi

Saran dan implikasi yang dapat dikemukakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini memiliki implikasi bahwa *Perceived usefulness* dan *Perceived easy of use* berpengaruh positif terhadap penerapan *e-commerce*, serta *Actual system usage* berpengaruh positif terhadap penerapan *e-commerce* di UKM Semarang maka implikasinya adalah mendukung penelitian yang dilakukan oleh Prasetianingrum dan Sejati (2017), Sarigih et al (2013), Poetri (2010).
2. Sebaiknya pada penelitian ini dapat menjadi masukan bagi UKM kota Semarang tentang *Technology Acceptance Model (TAM)* terhadap penerapan *E-commerce*.