

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil yang sudah diuji dan pembahasan diatas, maka kesimpulannya:

1. Ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap Minat penerimaan penggunaan *e-commerce* model C2C
2. Ekspektasi usaha tidak berpengaruh terhadap Minat penerimaan penggunaan *e-commerce* model C2C.
3. Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap Minat penerimaan penggunaan *e-commerce* model C2C.
4. Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif terhadap Minat penerimaan penggunaan *e-commerce* model C2C

Hasil Statistik Deskriptif Indikator mengenai Minat Penggunaan *E-commerce* model C2C mendapatkan nilai-nilai dengan kategori yang tinggi. Dari seluruh indikatornya menunjukkan bahwa responden memang berniat menggunakannya secara rutin, akan mungkin bertransaksi secara rutin, akan menggunakannya untuk bertransaksi secara rutin, lebih suka menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil Statistik Deskriptif Indikator mengenai Ekspektasi Kinerja mendapatkan nilai-nilai dengan kategori yang tinggi. Dari keseluruhan indikator menunjukkan bahwa responden memang merasakan bahwa *E-commerce* model

C2C berguna dalam transaksi, merasakan kemungkinan menyelesaikan transaksi lebih cepat, membuat responden meningkatkan keinginannya untuk bertransaksi, meningkatkan peluang responden untuk mendapatkan harga yang lebih murah.

Hasil Statistik Deskriptif Indikator mengenai Ekspektasi Usaha juga mendapatkan nilai-nilai dengan kategori yang tinggi. Dari keseluruhan indikator menunjukkan bahwa responden memang memahami dengan mudah penggunaan *E-commerce* model C2C, responden juga dengan mudah mahir menggunakan *E-commerce* model C2C, responden juga dapat dengan mudah belajar mengoperasikan *E-commerce* model C2C.

Hasil Statistik Deskriptif Indikator mengenai Pengaruh Sosial mendapatkan nilai-nilai dengan kategori yang tinggi. Dari keseluruhan indikator menunjukkan bahwa responden merasakan bahwa orang lain, orang-orang penting bagi responden, orang yang telah dahulu menggunakan *E-commerce* model C2C, keluarga responden dapat mempengaruhi responden untuk menggunakan *E-commerce* model C2C.

Hasil Statistik Deskriptif Indikator mengenai Kondisi Yang Memfasilitasi mendapatkan nilai-nilai dengan kategori yang tinggi. Dari keseluruhan indikator menunjukkan bahwa responden memiliki sumber daya yang dibutuhkan untuk menggunakan *E-commerce* model C2C, responden juga sadar ada beberapa *merchant official* yang bekerja sama dengan *E-commerce* model C2C, responden merasakan bahwa *E-commerce* model C2C yang digunakan kompatibel dengan sistem yang digunakan, responden menyadari ada bagian *customer service* yang membantu responden ketika kesulitan menggunakan *E-commerce* model C2C.

Dari keseluruhan variabel dapat disimpulkan bahwa :

1. Ekspektasi Kinerja memiliki nilai rata-rata sebesar 4,054 yang artinya responden meyakini bahwa menggunakan *e-commerce* model C2C membantu mendapatkan keuntungan menghasilkan kinerja maksimal
2. Ekspektasi Usaha memiliki nilai rata-rata sebesar 4,177 yang artinya responden meyakini adanya kemudahan terkait dengan penggunaan teknologi dalam menggunakan *e-commerce* model C2C.
3. Pengaruh Sosial memiliki nilai rata-rata sebesar 3,744 yang artinya responden meyakini dalam menggunakan *e-commerce* model C2C dipengaruhi oleh orang lain.
4. Kondisi Yang Memfasilitasi nilai memiliki rata-rata sebesar 4,106 yang artinya responden benar-benar merasakan adanya faktor obyektif yang memudahkan penggunaan *e-commerce* model C2C.
5. Minat penerimaan penggunaan *e-commerce* model C2C memiliki nilai rata-rata 3,788 yang artinya responden memiliki niat yang tinggi untuk menggunakan *e-commerce* model C2C untuk berbelanja.

## 5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan usia konsumen, diketahui jumlah usia terbanyak pengguna *e-commerce* model C2C adalah konsumen dengan usia antara 20-25 tahun dan memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta. *e-commerce* model C2C perlu untuk menargetkan konsumen dengan karakteristik tersebut agar

dapat meningkatkan minat penerimaan penggunaan *e-commerce* model C2C.

2. Faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat penerimaan penggunaan *e-commerce* model C2C adalah ekspektasi kinerja, dibuktikan dengan nilai koefisien regresinya yang lebih besar bila dibandingkan dengan variabel lainnya. Perusahaan perlu untuk meyakinkan pengguna bahwa *e-commerce* model C2C akan dapat membantu mendapatkan keuntungan menghasilkan kinerja maksimal dengan peningkatan efisiensi, pekerjaan menjadi lebih nyaman, kinerja lebih efektif sehingga meningkatkan produktivitas.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel yang merupakan variabel pendorong yang berasal dari dalam diri pengguna seperti dalam penggabungan TAM dan TPB.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini terbatas dengan penggunaan teori UTAUT. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan teori lain sebagai pembanding penelitian ini, misalnya menggunakan Teori *Combined TAM and TPB* dari Taylor dan Todd untuk mengetahui penentu penerimaan dan perilaku dalam menggunakan teknologi.