

BAB VI

PENUTUP

6.1 KESIMPULAN

Dari hasil survei kuisioner kepada responden yang telah disebarkan untuk keperluan data digunakan 99 data responden untuk di analisis. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan media sosial sebagai layanan bisnis online.

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan media sosial sebagai layanan bisnis online didorong oleh 2 variabel utama dalam *Is Success Model* yaitu *Information Quality* dan *Service Quality*.
2. Dari tujuh hipotesis yang diajukan, 6 hipotesis dinyatakan diterima (H1,H2,H3,H4,H5,,H7) karena memiliki nilai *t- statistik* >1.96 dan *p-value* <0.05 dan satu hipotesis (H6) dinyatakan tidak diterima karena *Use* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Net System Benefits*.

6.2 SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah dijelaskan maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan model yang berbeda seperti TAM (*Technology Acceptance Model*) guna untuk mengukur minat terhadap penggunaan media sosial.
2. Metode untuk analisis data dapat dilakukan dengan metode lain selain metode SEM (*Structural equation model*) menggunakan *Smart-PLS* seperti Regresi, *path analysis* dengan menggunakan *software* SPSS, AMOS.
3. Peneliti menyadari keterbatasan sampel pada penelitian ini, sehingga diharapkan penelitian selanjutnya dilakukan dengan jumlah sampel yang lebih besar

