

BAB VI

PENUTUP

6.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini. Berikut kesimpulan dari penelitian ini

1. Pendekatan TAM dan EUCS yang digunakan terdiri dari 32 pertanyaan untuk masing masing aspek, yakni kepuasan dan perilaku pengguna. Terdiri dari 5 variabel untuk pendekatan TAM yaitu kemudahan, manfaat, sikap, niat penggunaan dan intensitas penggunaan dan untuk pendekatan EUCS terdiri dari 6 variabel yaitu waktu, kemudahan, format, akurasi, isi dan kepuasan pengguna.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan dan perilaku pengguna pada mahasiswa universitas dinamika bangsa jambi yang mana telah terkumpul sebanyak 350 responden sebagai sampel penelitian, kemudian sampel tersebut diolah menggunakan *software* SmartPLS, serta dilakukan analisis SEM untuk melakukan uji instrumen, dan uji hipotesis menggunakan bootstrap dari SmartPLS.
3. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan, mahasiswa universitas Jambi lebih menyukai pengalaman berbelanja secara *online* dibandingkan berbelanja *offline* dengan angka 317 untuk pembelian *online* 33 pembelian *offline*, dan dengan menggunakan *e-commerce* seperti *Shopee* dengan tingkat presentase 72,6% dengan jumlah 254 responden,

4. Terdapat 10 hipotesis yang diajukan, 8 diterima dan 2 ditolak. Berikut adalah rangkuman uji hipotesis yang telah dilakukan menggunakan *Bootstrapping* dengan *software* SmartPLS :

a. Pendekatan TAM :

H1 : Hubungan antara persepsi kemudahan (ease of use) dengan manfaat (usefulness) dengan menggunakan metode TAM memiliki nilai original sample 0,817 yang menunjukkan nilai searah atau positif dengan nilai t-statistic sebesar 36,701 dan nilai P-value sebesar 0,00 ($<0,05$). Dengan demikian hipotesis 1 **diterima**

H2 : Hubungan antara persepsi manfaat (usefulness) dengan sikap (attitude) menggunakan metode TAM memiliki nilai original sample 0,535 yang menunjukkan nilai searah atau positif dengan nilai t-statistic sebesar 8,837 dan nilai P-value sebesar 0,00 ($<0,05$). Dengan demikian hipotesis 2 **diterima**

H3 : Hubungan antara persepsi kemudahan (ease of use) dengan Sikap (Attitude) dengan menggunakan metode TAM memiliki nilai original sample 0,332 yang menunjukkan nilai searah atau positif dengan nilai t-statistic sebesar 5,404 dan nilai P-value sebesar 0,00 ($<0,05$). Dengan demikian hipotesis 3 **diterima**

H4 : Hubungan antara persepsi sikap (Attitude) dengan pemakaian intens (Behavior Intention of use) dengan menggunakan metode TAM memiliki nilai original sample 0,801 yang menunjukkan nilai searah

atau positif dengan nilai t-statistic sebesar 30,543 dan nilai P-value sebesar 0,00 ($<0,05$). Dengan demikian hipotesis 4 **diterima**

H5 : Hubungan antara persepsi pemakaian intens (Behavior Intention of use) dengan penggunaan sistem (Actual System Use) dengan menggunakan metode TAM memiliki nilai original sample 0,832 yang menunjukkan nilai searah atau positif dengan nilai t-statistic sebesar 40,009 dan nilai P-value sebesar 0,00 ($<0,05$). Dengan demikian hipotesis 5 **diterima**

b. Pendekatan EUCS :

H6 : Hubungan antara persepsi isi (content) dengan Kepuasan pengguna (User satisfactuon) dengan menggunakan metode EUCS memiliki nilai original sample 0,499 yang menunjukkan nilai searah atau positif dengan nilai t-statistic sebesar 8,318 dan nilai P-value sebesar 0,00 ($<0,05$). Dengan demikian hipotesis 6 **diterima**

H7 : Hubungan antara persepsi akurasi (accuracy) dengan Kepuasan pengguna (User satisfactuon) dengan menggunakan metode EUCS memiliki nilai original sample 0,149 yang menunjukkan nilai searah atau positif dengan nilai t-statistic sebesar 3,412 dan nilai P-value sebesar 0,001 ($<0,05$). Dengan demikian hipotesis 7 **diterima**

H8 : Hubungan antara persepsi Format (Format) dengan Kepuasan pengguna (User satisfactuon) dengan menggunakan metode EUCS memiliki nilai original sample 0,250 yang menunjukkan nilai searah

atau positif dengan nilai t-statistic sebesar 4,326 dan nilai P-value sebesar 0,00 ($<0,05$). Dengan demikian hipotesis 8 **diterima**

H9 : Hubungan antara persepsi kemudahan (ease) dengan Kepuasan pengguna (User satisfactuon) dengan menggunakan metode EUCS memiliki nilai original sample 0,089 dengan nilai t-statistic sebesar 1,652 dan nilai P-value sebesar 0,099 ($<0,05$) yang menunjukkan bahwa hubungan antara kemudahan dengan kepuasan tidak signifikan. Dengan demikian hipotesis 9 **ditolak**

H10 : Hubungan antara persepsi waktu (*Timelines*) dengan Kepuasan pengguna (*User satisfactuon*) dengan menggunakan metode EUCS memiliki nilai *original sample* - 0,019 *t-statistic* sebesar 0,568 dan nilai P-value sebesar 0,570 ($<0,05$) Yang menunjukkan bahwa hubungan antara waktu dan kepuasan pengguna adalah negatif. Dengan demikian hipotesis 10 **ditolak**

6.2 SARAN

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

1. Untuk seluruh *e-commerce*, disarankan untuk meningkatkan aspek aspek yang berpengaruh, Khususnya mengenai kualitas informasi mengenai kualitas sistem dan kepuasan pengguna, menambahkan berbagai informasi yang lebih detail akan berdampak signifikan terhadap kepuasan pengguna, antara lain: Informasi yang selalu terkini,

terpercaya, jelas, akurat, rinci dan tepat sehingga memberikan manfaat positif bagi pengguna.

2. diharapkan dapat melakukan penyebaran kuesioner lebih luas dan menggunakan metode pengambilan kuesioner yang berbeda yang lebih terperinci.
3. Untuk penelitian selanjutnya, melakukan penelitian dengan fokus pada satu *e-commerce* agar lebih terarah dan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna dengan menggunakan metode yang berbeda seperti *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT), Webqual 4.0 dan Servqual untuk mengukur kepuasan pengguna..