

BAB VI

PENUTUP

6.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari analisis dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan berdasarkan rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bahwa faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kesuksesan aplikasi instagram sebagai media promosi bagi UMKM Kota Jambi, hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 9 hubungan antar variabel dalam model (hipotesis) yang diuji, 5 hipotesis yang memiliki pengaruh signifikan dan 4 hipotesis yang lain tidak memiliki pengaruh signifikan. 5 hipotesis yang diterima yaitu H1, H6, H7, H8, H9 dengan nilai *original sample* positif, nilai T-Statistic $>1,96$ dan nilai *p values* $<0,05$. Sedangkan 4 hipotesis yang ditolak yaitu H2, H3, H4, H5 dengan nilai T-Statistic $<1,96$ dan nilai *p values* $>0,05$. Berikut penjelasannya:

- a. *System Quality* berpengaruh positif (0,445) dan berpengaruh signifikan terhadap *Use* yaitu nilai T-Statistic 2,956 ($>1,96$) dan nilai *p values* yaitu 0,114 ($>0,05$). Sedangkan *System Quality* berpengaruh positif (0,110) dan tidak berpengaruh signifikan terhadap *User Satisfaction* yaitu nilai T-Statistic adalah sebesar 1,104 ($<1,96$) dan nilai *p values* yaitu 0,270 ($>0,05$).
- b. *Information Quality* berpengaruh positif (0,172) dan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Use* yaitu nilai T-Statistic adalah sebesar 1,174

(<1,96) dan nilai *p values* yaitu 0,241 (>0,05). Sedangkan *Information Quality* berpengaruh positif (0,164) dan tidak berpengaruh signifikan terhadap *User Satisfaction* yaitu nilai T-Statistic adalah sebesar 1,278 (<1,96) dan nilai *p values* yaitu 0,202 (>0,05).

c. *Service Quality* berpengaruh positif (0,117) dan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Use* yaitu nilai T-Statistic adalah sebesar 1,020 (<1,96) dan nilai *p values* yaitu 0,308 (>0,05). Sedangkan *Service Quality* berpengaruh positif (0,389) dan berpengaruh signifikan terhadap *User Satisfaction* yaitu nilai T-Statistic adalah sebesar 3,601 (>1,96) dan nilai *p values* yaitu 0,000(<0,05).

d. *Use* berpengaruh positif (0,231) dan berpengaruh signifikan terhadap *User Satisfaction* yaitu nilai T-statistic adalah sebesar 1,997 (>1,96) dan nilai *p values* yaitu 0,046(<0,05). Sedangkan *Use* berpengaruh positif (0,247) dan berpengaruh signifikan terhadap *Net Benefit* yaitu nilai T-statistic adalah sebesar 2,972 (>1,96) dan nilai *p values* yaitu 0,003(<0,05).

e. *User Satisfaction* berpengaruh positif (0,685) dan berpengaruh signifikan terhadap *Net Benefit* yaitu nilai T-statistic adalah sebesar 9,512 (>1,96) dan nilai *p values* yaitu 0,000 (<0,05).

2. Dalam menganalisis tingkat kesuksesan aplikasi Instagram dengan menggunakan metode *Delone and Mclean*, terdapat enam variabel yaitu Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, Penggunaan, Kepuasan Pengguna, dan Manfaat Bersih. Penelitian ini menggunakan

model SEM (*Structural Equation Modelling*) dimana penulis menggunakan SEM berbasis komponen atau varian yang diselesaikan menggunakan SmartPLS3.0.

6.2 SARAN

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

1. Sampel dalam penelitian ini hanya masyarakat Kota Jambi sehingga penelitian selanjutnya hendaknya dapat dilakukan dengan memperbanyak sampel dengan memperluas jumlah responden dari berbagai daerah yang dijadikan objek penelitian.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan model yang berbeda seperti TAM (*Technology Acceptance Model*) guna untuk mengukur minat terhadap penggunaan aplikasi Instagram sebagai media promosi.
3. Metode untuk analisis data dapat dilakukan dengan metode lain seperti metode SEM (*Structural Equation Model*) menggunakan *Smart-PLS* seperti Regresi, *Path Analysis* dengan menggunakan *software* SPSS, AMOS.