

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab 4 dapat ditarik beberapa kesimpulan guna menjawab rumusan masalah. Beberapa kesimpulan tersebut terdiri dari :

1. *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *Attitude* pada Kaskus. Oleh karena itu hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
2. *Perceived Enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *Attitude* pada Kaskus. Oleh karena itu hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
3. *Attitude* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Use* pada Kaskus. Oleh karena itu hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
4. *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Use* melalui *Attitude* pada Kaskus. Oleh karena itu hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
5. *Perceived Enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Use* melalui *Attitude* pada Kaskus. Oleh karena itu hipotesis kelima yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.

6. *Subjective Norm* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Use* pada Kaskus. Oleh karena itu hipotesis keenam yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
7. *Perceived Behavioral Control* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Use* pada Kaskus. Oleh karena itu hipotesis ketujuh yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan atas dasar hasil penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Kaskus meningkatkan tampilan *website* supaya lebih menarik.
2. Kaskus meningkatkan layanan transaksi dikarenakan sering terjadi penipuan dan moderator harus sering melakukan pembersihan thread yang sering melakukan penipuan.
3. Kaskus menjual barang dengan spesifikasi yang sesuai dengan harapan konsumen untuk meningkatkan minat konsumen dalam berbelanja.
4. Kaskus menjual barangnya dengan harga yang sesuai dengan manfaat barang agar meningkatkan kepuasan konsumen sebab konsumen tidak membeli barang yang harganya murah semata, namun juga sesuai dengan manfaat barangnya.

5. Mempromosikan forum jual beli Kaskus (FJB) supaya lebih dikenal orang yang belum pernah berbelanja di Kaskus.
6. Kaskus memiliki pilihan macam produk yang sedang laris atau sering dibeli oleh konsumen supaya konsumen yang pertama kali berbelanja di Kaskus menjadi tertarik untuk melakukan pembelian.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Agrebi, Sinda., dan Jallais, Joel., 2015, *Explain The Intention to Use Smartphones for Mobile*.
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior: Organizational behavior and human decision processes*, 50, 179-211
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior*. New York. USA: Open University Press.
- Al-Gahtani, Said Dan Malcolm King. 1999. *Attitudes, Satisfaction And Usage: Factors Contributing To Each In The Acceptance Of Information Technology*. King Khaled University & Loughborough University.
- Among, *Information Systems Personnel. MIS Quarterly*, Juni, h.175-201.
- Budi Wahyono. 2013. *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Niat Berwirausaha Siswa SMK Negeri 1 Pedan Tahun 2013*. Tesis. PPs UNS.
- Cooper, D., and Schindler, P.S. 2006. *Business Research Methods, 9th Edition*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Davis, F. D. 1986. *A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results*. Doctoral dissertation. Cambridge, MA: MIT Sloan School of Management.
- Davis, F.D. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Acceptance of Information System Technology. MIS Quarterly, Vol. 13, No. 3*, h.319-339.
- Dharmmesta & Handoko, 1997, *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen*, BPFE, Yogyakarta

- Durianto. (2001:43). Analisis pengaruh factor pengaruh fisik dan non fisik terhadap stress kerja pada PT. INDO BALI di kecamatan Negara, kabupaten jimbaran, bali.
- Fransson, N., & Biel, A. Morality and norm violation. Göteborg Psychological Reports, 1997, 27, No. 3.
- Ghozali, 2006. Aplikasi Analisis Multivariate, Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, 2014. Structural Equation Modeling, Penerbit Universitas Diponegoro Semarang
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E., and Tatham, R.L. 2006. Multivariate Data Analysis, 6th Edition. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Hosseini, M.H., Fatemifar, A. and Masoumeh, R. 2015. Effective Factors Of The Adoption Of Mobile Banking Service By Costomers, *Journal of Business Management*, 4(6), pp: 1-13.
- Igbaria, M., Saroj Parasuraman., dan Michael K. Badaway. 1994. *Work Experience, Job Involvement, and Quality of Work Life*.
- Juniwati. 2014. *Influence of Perceived Usefulness, Ease of Use, Risk on Attitude and Intention to Shop Online. Vol.6, No.27*
- Juniwati. 2015. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan. Pengaruh Perceived Ease of Use, Enjoyment dan Trust Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction Sebagai Intervening pada Belanja Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Tanjungpura Pontianak). Vol. 4, No. 1, 140-156.*
- Kang, Ju-Young, M., Mun, Jung, Mee., Johnson, Kim K.P., 2015,

In-Store Mobile Usage : Downloading and Usage Intention Toward Mobile Location-Based Retail Apps, Computers in Human Behavior, No. 46, Februari:pp210-2017.

Kaskus.(2014a). Kaskus *Help Center*. Diakses pada tanggal 10 maret 2014, 13.40 dari http://support.kaskus.co.id/about/sejarah_kaskus.html#content.

Kuncoro, Mudrajat, 2007, Metode Kuantitatif, *Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, UPP STIM YKPN, Yogyakarta.

Ramdhani, Neila., 2007, Model Perilaku Pengguna IT, *Technology Acceptance Model (TAM)*. *Shopping, Journal of Retailing and Consumer Service*, No. 22, September:pp 16-23.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: AFABETA, cv.

Suryani, Tatik, 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tojib, Dewi., dan Tsarenko, Yelena., 2012, *Post-Adoption Modeling of Advanced Mobile Service Use*, *Journal of Business Research*, No. 65, Juni:pp922-928.

Venkatesh Viswanath, 2012, *Mis Quarterly, Consumer Acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and of technology*, Vol. 36, No. 1, h.157-178

Yang, Kiseol., 2012, *Consumer Technology Traits in Determining Mobile Shopping Adoption : An Application of The Extended Theory of Planned Behavior*, *Journal of Retailing and Consumer Service*, No. 19, Juni:pp 484

Alexa.com, (di akses tanggal 26 Juni 2016).

www.internetworldstat.com, (di akses tanggal 29 Febuari 2016).

indoshopguide.com, 2009, (di akses tanggal 29 Febuari 2016).

TechinASIA.com, 2015, (di akses tanggal 29 Febuari 2016).

BMI Research, 2014, (di akses tanggal 29 Febuari 2016).