

## BAB 5

### KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan, simpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Perceived Risk* (PR) memiliki pengaruh negative dan signifikan terhadap *Satisfaction* (ST) sehingga disimpulkan bahwa apabila keamanan, sistem layanan, kualitas produk dipersepsikan oleh konsumen cukup baik, maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen tinggi. Dengan demikian hipotesis satu dari penelitian ini yang menyatakan *Perceived Risk* berpengaruh negative terhadap *Satisfaction* pada aplikasi Sorabel by Sale Stock di Surabaya, diterima
2. *Perceived Easy of Use* (PU) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Satisfaction* (ST) sehingga disimpulkan bahwa apabila persepsi kemudahan dalam penggunaan aplikasi Sorabel by Sale Stock yang dimiliki baik, maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen tinggi. Dengan demikian hipotesis dua dari penelitian ini yang menyatakan *Perceived Easy of Use* berpengaruh positif terhadap *Satisfaction* pada aplikasi Sorabel by Sale Stock di Surabaya, diterima.
3. *Perceived Enjoyment* (PE) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Satisfaction* (ST) sehingga disimpulkan bahwa apabila persepsi kenikmatan dalam penggunaan aplikasi Sorabel by Sales Stock baik, maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen tinggi. Dengan demikian hipotesis tiga dari penelitian ini yang menyatakan *Perceived Enjoyment* berpengaruh positif terhadap *Satisfaction* pada aplikasi Sorabel by Sale Stock di Surabaya, diterima.

4. *Satisfaction* (ST) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use* (IU) sehingga disimpulkan bahwa apabila kepuasan yang dirasakan oleh konsumen terhadap aplikasi Sorabel by Sale Stock baik, maka niat penggunaan konsumen pada aplikasi tinggi. Dengan demikian hipotesis empat dari penelitian ini yang menyatakan *Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use* pada aplikasi Sorabel by Sale Stock di Surabaya, diterima.

## 5.2 Keterbatasan

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang dapat mempengaruhi kondisi dari penelitian yang dilakukan. Adapun keterbatasan tersebut antara lain:

1. Penelitian ini hanya terbatas pada responden yang berdomisili di Surabaya sehingga hasil penelitian yang diperoleh belum menghasilkan hasil yang maksimal.
2. Masih terdapat jawaban kuesioner yang kurang baik dan konsisten menurut dari pengamatan peneliti. Hal tersebut dikarenakan kurangnya ketelitian responden dalam menanggapi jawaban kuesioner.

## 5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan serta keterbatasan yang ada, maka saran yang dapat diajukan pada penelitian ini meliputi saran teoritis dan saran praktis antara lain:

### 5.3.1 Saran Akademis

Saran untuk penelitian selanjutnya yang akan menggunakan variabel yang sama dengan penelitian ini sebaiknya yakni, peneliti dapat mempertimbangkan variabel-variabel yang berkaitan dengan *Intention to Use* dan melakukan penelitian mengenai hubungan secara langsung antara *Perceived Risk*, *Perceived Easy of Use* dan *Perceived Enjoyment*, dengan *Satisfaction*.

### 5.3.2 Saran Praktis

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat diberikan beberapa rekomendasi mengenai saran-saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak aplikasi Sorabel by Sale Stock, sebagai berikut:

1. Saran yang dianjurkan bagi pihak aplikasi Sorabel by Sale Stock untuk meningkatkan *Perceived Risk* adalah dengan cara memperhatikan dan meningkatkan keamanan akun agar tidak dibajak, memberikan pesan pada nomor atau email jika ada yang masuk pada akun aplikasi Sorabel by Sale Stock sehingga konsumen tidak merasakan adanya resiko yang buruk.
2. Saran yang dianjurkan bagi pihak aplikasi Sorabel by Sale Stock untuk meningkatkan *Perceived Easy of Use* adalah dengan memberikan chatting langsung pada tiap produk sehingga tidak membingungkan konsumen untuk mendapatkan layanan dalam bertanya produk yang dipilih.
3. Saran yang dianjurkan bagi pihak aplikasi Sorabel by Sale Stock untuk meningkatkan *Perceived Enjoyment* adalah memberikan permainan-permainan yang seru atau undian berhadiah agar konsumen menjadi lebih tertarik sehingga mengubah emosi hati dalam menggunakan aplikasi Sorabel by sale Stock untuk berbelanja.
4. Saran yang dianjurkan bagi pihak aplikasi Sorabel by Sale Stock untuk meningkatkan *Satisfaction* adalah memberikan kualitas produk yang lebih baik dan mengusahakan agar produk yang beradadi foto dan asli itu sama.
5. Saran yang dianjurkan bagi pihak aplikasi Sorabel by Sale Stock untuk meningkatkan *Intention to Use* adalah tetap menjaga hubungan antara konsumen dengan memberikan produk yang baik, layanan yang baik sehingga dapat membuat konsumen untuk kembali lagi menggunakan aplikasi Sorabel by sale Stock untuk berbelanja.

### Daftar Pustaka

- Agrebi, S., & Jallais, J. (2015). Explain the *Intention to Use smartphones* for *mobile shopping*. *Journal of Retail and Consumer Service*, 16-23.
- Bulent, Ahmet dkk.(2016). What keeps the *mobile* hotel booking users loyal? Investigating the roles of self-efficacy, compatibility, perceived ease of use, and perceived convenience. *International Journal of Information Management*.
- Dkatadata (2018). Penjualan *e-commerce* Indonesia Mencapai US\$ 16 Miliar. Didapat dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/12/2022-penjualan-e-commerce-indonesia-mencapai-rp-16-miliar>.
- Dkatadata (2019). *E-commerce* Fesyen Sale Stock Ganti Nama Jadi Sorabel. Didapat dari : <https://katadata.co.id/berita/2019/01/15/e-commerce-fesyen-sale-stock-ganti-nama-jadi-sorabel>.
- Durianto, D., Sugiarto, dan Sitiinjak, T. (2001). Strategi Menaklukan Pasar: Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. Dan Fuad (2005). *Structural Equation Modeling*. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2009). Aplikasi: Analisis Multivariat dengan Program SPSS. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Haryanto, A. T. (2018). *130 Juta Orang Indonesia Tercatat Aktif di Medsos*. Didapat dari : <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3912429/130-juta-orang-indonesia-tercatat-aktif-di-medsos><https://inet.detik.com/cyberlife/d-3912429/130-juta-orang-indonesia-tercatat-aktif-di-medsos>
- Indonesia Investments (2016). Indonesia is the 3rd-Largest *Smartphone* Market in the Asia Pacific. Didapat dari: <https://www.indonesia-investments.com/news/todays-headlines/indonesia-is-the-3rd-largest-smartphone-market-in-the-asia-pacific/item6777>.

- Natarajan, T., Balasubramanian, S. A., & Kasilingam, D. L. (2017). Understanding the *Intention to Use mobile shopping* applications and its influence on price sensitivity. *Journal of Retail and Consumer*, 8-22.
- Pratama, A. H. (2016). *Rahasia Sukses Sale Stock Menjadi Salah Satu E-commerce Fashion Terdepan*. Didapat dari : <https://id.techinasia.com/rahasia-sukses-sale-stock-menjadi-e-commerce-terdepan>.
- Pratama, A. H. (2016). *Beberapa Hal yang Kami Tahu tentang E-commerce "Misterius" Sale Stock*. Didapat dari : <https://id.techinasia.com/sale-stock-e-commerce-misterius-yang-kian-dikenal>.
- Sarjono, dan Julianita. (2015). Pengenalan SEM. Dipetik Maret 28, 2015. <https://sbm.binus.ac.id/2015/04/28/pengenalan-sem-part-1/>.
- Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sorabel. (2016). *Siap Menghadapi Industri Fashion Online 2016, Sale Stock Menawarkan Koleksi Fashion Berkualitas Dengan Harga Jujur*. Didapat dari : <https://www.sorabel.com/press/berkualitas-harga-jujur-20160112?sorabelPopup=true>.
- Srivastava, Kavita dan Sharma, Narendra K. (2011). Exploring the multidimensional role of involvement and perceived risk in brand. *International Journal of Commerce and Management*, Vol. 21 Iss 4 pp.410 - 427
- Sugiyarbini. (2012). Pengertian Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian: Ddapat dari : <https://sugithewae.wordpress.com/2012/11/13/pengertian-populasi-dan-sampel-dalam-penelitian/>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta Ting, Hiram, dkk. (2016). Intention to Use *Mobile Payment System: A Case of Developing*. *International Research Symposium in Service Management*, 365-378.

- Triwijanarko, R. (2018). *Bisakah Iklan Baris Online Saingi Social Media Influencer?*. Didapat dari : <http://marketeers.com/orang-indonesia-lebih-suka-belanja-di-marketplace/>
- Wallace, Linda G., dan Sheetz, Steven D. (2014). The adoption of software measures: A technology acceptance model. *Information & Management*, 249-259.
- Wanga, S., Wanga, J., Lin, S., & Lia, J. (2019). Public perceptions and acceptance of nuclear energy in China: The role of public knowledge, perceived benefit, perceived risk and public engagement. *Energy Policy*, 352-360.
- Yamin, S., & Kurniawan, H. (2009). *Structural Equation Modeling Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuisisioner dengan LISREL-PLS*. Jakarta: Salemba Infotek
- Yuniarti, D. (2014). Minat Masyarakat dalam Menggunakan Smart Appliances Consumer Intentions about Using Smart Appliances. *Puslitbang Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika* .
- Zhang, T., Tao, D., Qu, X., & Zhang, X. (2019). The roles of initial trust and perceived risk in public's acceptance of automated vehicles. *Transportation Research Part C*, 2017-220.