

BAB V SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis dengan bantuan program SmartPLS versi 4.0 mengenai pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *trust* terhadap *Intention To Use* fitur Shopee Live Dalam Aplikasi Shopee di Kebumen, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *perceived ease of use* mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap *intention to use* fitur Shopee live dalam aplikasi Shopee. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin baik *perceived ease of use* dapat meningkatkan *intention to use* atau minat menggunakan fitur Shopee live dalam aplikasi Shopee.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *perceived usefulness* mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap *intention to use* fitur Shopee live dalam aplikasi Shopee. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin baik *perceived usefulness* dapat meningkatkan *intention to use* atau minat menggunakan fitur Shopee live dalam aplikasi Shopee.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *trust* mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap *intention to use* fitur Shopee live dalam aplikasi Shopee. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin

baik *trust* dapat meningkatkan *intention to use* atau meningkatkan minat menggunakan fitur Shopee live dalam aplikasi Shopee.

4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *perceived ease of use* mempunyai pengaruh yang positif terhadap *perceived usefulness* fitur Shopee live dalam aplikasi Shopee. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin baik *perceived ease of use* dapat meningkatkan *perceived usefulness* fitur Shopee live dalam aplikasi Shopee.

5.2. Keterbatasan

Penelitian yang dilakukan ini mempunyai keterbatasan oleh karena itu keterbatasan ini perlu diperhatikan untuk penulis-penulis selanjutnya, keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini belum dapat mengungkapkan secara keseluruhan faktor yang mempengaruhi *intention to use* atau minat menggunakan, hanya terbatas pada faktor *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *trust* dan *intention to use*.
2. Data dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan kuesioner yang terkadang terdapat adanya perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman dari setiap responden.
3. Aplikasi Shopee khususnya pada penggunaan fitur Shopee live terbatas pada waktu pembelian, karena Shopee menerapkan batas waktu *live streaming* kepada penjual minimal 60 menit per sesi. Dengan terbatasnya waktu menyebabkan tidak semua pembeli dapat melakukan pembelian pada waktu tersebut dan menunggu untuk sesi

berikutnya yang terkadang promo yang diberikan sedikit dari sesi sebelumnya.

5.3. Implikasi

Penelitian ini diharapkan mampu membarikan implikasi bagi penulis maupun bagi penelitian selanjutnya. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan implikasi secara praktis dan teoritis sebagai berikut:

5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan atas temuan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya, terdapat beberapa saran dari penulis bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Hadirnya fitur Shopee live dalam aplikasi Shopee hendaknya memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi proses adopsi fitur tersebut. Hal ini bertujuan untuk mempercepat proses adopsi fitur tersebut dikalangan masyarakat. Salah satu faktor yang harus diperhatikan dalam proses adopsi suatu layanan adalah *perceived ease of use*. Adanya *live streaming* dalam aplikasi Shopee memudahkan konsumen untuk mengakses pilihan produk, melakukan pembelian, pembayaran dan mendapatkan produk atau pengiriman. Pihak Shopee harus terus meningkatkan dan mempertahankan keyakinan konsumen akan kemudahan fitur Shopee live untuk melakukan suatu pembelian barang dan dapat melakukan transaksi secara langsung. Berdasarkan hasil dari pernyataan-pernyataan dalam mengukur *perceived ease of use*,

indikator yang memiliki nilai mean terendah adalah *easy to use* atau mudah digunakan, oleh karena itu penulis menyarankan supaya Shopee dapat lebih meningkatkan kinerja aplikasi Shopee agar lebih responsive dan stabil saat menggunakan fitur Shopee live. Selain itu, pihak Shopee dapat memperdalam untuk mengidentifikasi akar penyebab masalah yang sering terjadi pada fitur Shopee live, baik itu terkait dengan infrastruktur dan perangkat lunak. Semakin tinggi kemudahan yang ditawarkan oleh suatu layanan maka akan semakin tinggi pula minat menggunakan suatu konsumen untuk menggunakan fitur Shopee live tersebut.

2. Fitur Shopee live yang dapat memberikan suatu manfaat bagi konsumen akan meningkatkan minat menggunakan fitur tersebut untuk digunakan sehari-hari jika akan melakukan suatu pembelian secara *online*. Fitur *live streaming* dalam aplikasi Shopee memberikan kesempatan bagi konsumen untuk melakukan transaksi dengan cepat, dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja sehingga konsumen dapat melakukan pembelian secara efektif dan efisien. Berdasarkan hasil dari pernyataan-pernyataan dalam mengukur *perceived usefulness*, indikator yang memiliki nilai mean terendah adalah *work more quickly*. Penulis menyarankan sebaiknya Shopee terus mempertahankan dan meningkatkan keyakinan konsumen akan kemanfaatan yang dirasakan dengan menggunakan fitur Shopee live. Pihak Shopee dapat melakukan edukasi kepada pengguna dengan

menyediakan panduan dan tutorial yang jelas kepada pengguna tentang menggunakan fitur Shopee live dengan efektif dan memperoleh barang dengan cepat. Adanya edukasi tersebut diharapkan akan meningkatkan minat menggunakan atau *intention to use* konsumen untuk menggunakan fitur Shopee live dalam aplikasi Shopee karena jika konsumen memiliki pengetahuan yang luas terkait fitur tersebut maka akan merasakan manfaat dengan hadirnya fitur Shopee live salah satunya dapat memperoleh barang dengan cepat.

3. Faktor penting bagi konsumen suatu layanan untuk memutuskan dalam melakukan suatu transaksi adalah kepercayaan. Kepercayaan pengguna terjadi apabila pengguna merasa yakin ketika suatu layanan dapat bertanggungjawab atas kegiatan jual beli agar sesuai dengan harapan konsumen. Fitur live streaming dalam aplikasi Shopee memberikan rasa percaya yang tinggi ketika akan membeli suatu produk karena melalui fitur tersebut konsumen dapat bertanya langsung terkait produk yang diinginkan sehingga akan meminimalisir resiko yang tidak diharapkan. Berdasarkan hasil dari pernyataan-pernyataan dalam mengukur *trust*, indikator yang memiliki nilai mean terendah adalah kepercayaan keandalan kinerja. Penulis menyarankan sebaiknya Shopee dapat melakukan monitoring penggunaan fitur Shopee live untuk mengidentifikasi *trend* atau masalah yang mungkin akan timbul sehingga dapat diatasi sebelum berdampak pada kinerja fitur tersebut. Selain itu, Shopee juga dapat

meningkatkan kapasitas server agar sesuai dengan pertumbuhan trafik dan jumlah penonton secara *live streaming* untuk menghindari *overloading* dan menjaga kinerja yang konsisten. Jika pengguna percaya dan yakin akan suatu kinerja sebuah layanan yang baik maka pengguna akan menggunakan dan menganggap layanan tersebut memberikan keandalan kinerja seperti siaran langsung yang stabil, cepat dan tanpa hambatan bagi pengguna sehingga akan meningkatkan minat menggunakan fitur Shopee live tersebut.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan atas temuan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya terdapat beberapa saran dari penulis bagi penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to use* atau minat menggunakan fitur Shopee live dalam aplikasi Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *perceived ease of use* maka akan meningkatkan *intention to use* fitur Shopee live dalam aplikasi Shopee. Shopee melakukan inovasi dengan menghadirkan fitur Shopee live dengan prosedur yang sederhana dan mudah dilakukan. Suatu layanan yang mudah dipahami dan mudah dioperasikan oleh pengguna maka akan menciptakan minat yang tinggi dalam menggunakan fitur Shopee live untuk sehari-hari. Studi ini memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Kumala et al., (2020) dan Nurvitasari & Dwijayanti

- (2022) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Dan bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wangsadinata et al., (2021) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan suatu teknologi.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to use* fitur Shopee live dalam aplikasi Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *perceived usefulness* fitur Shopee live bagi pengguna maka akan meningkatkan minat menggunakan. Pengguna akan merasa dengan hadirnya fitur tersebut memberikan rasa nyaman untuk melakukan suatu pembelian karena lebih efektif dan efisien untuk membeli suatu barang secara *online*. Fitur Shopee live memberikan kemanfaatan bagi pengguna untuk melihat secara *real time* berbagai produk yang dibutuhkan dan diinginkan sehingga banyak orang lebih tertarik dan memutuskan menggunakan fitur tersebut yang dihadirkan oleh aplikasi Shopee dibandingkan jika harus membeli tanpa melihat barang yang akan dibeli dan mendatangi penjual secara offline. Studi ini memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Ariqah et al., (2023) dan Kasanah & Faujiah (2021) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Dan bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputra & Algifari, (2022) yang menyatakan bahwa *perceived*

usefulness tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan karena *e-commerce* dianggap pengguna berkinerja rendah sementara mereka menilai kemanfaatan dalam menggunakan *e-commerce* tinggi.

3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *trust* berpengaruh positif terhadap *intention to use* fitur Shopee live dalam aplikasi Shopee. Dengan adanya fitur Shopee live memberikan rasa percaya yang tinggi ketika akan membeli suatu produk karena melalui fitur tersebut pengguna dapat bertanya secara langsung terkait produk yang diinginkan sehingga meminimalkan risiko produk yang tidak sesuai harapan pengguna. Pengguna yang merasa nyaman dan percaya untuk menggunakan fitur tersebut maka akan meningkatkan minat menggunakan yang tinggi terhadap fitur tersebut. Kinerja fitur Shopee live yang baik akan menghasilkan pandangan yang positif bagi para penggunanya. Studi ini memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Kumala et al., (2020) dan Nurvitasari & Dwijayanti (2021) yang menyatakan bahwa *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Dan bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yonaldi et al., (2019) yang menyatakan bahwa *trust* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan karena kemampuan, kebijakan dan integritas yang ditawarkan kurang memuaskan sehingga tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan suatu aplikasi.

4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* pada fitur Shopee live dalam aplikasi Shopee. Hadirnya fitur Shopee live memberikan kemudahan kepada pengguna Shopee untuk melakukan suatu pembelian secara *real time*. Persepsi pengguna tentang kemudahan dalam menggunakan fitur tersebut didukung dengan sikap pengguna yang merasakan kemanfaatan adanya fitur tersebut. Dengan adanya respon yang positif akan mendorong pengguna untuk menggunakan fitur tersebut dalam melakukan suatu pembelian secara *online*. Studi ini memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Regita & Thomas (2020) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*.

