BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Penggunaan *Mobile Commerce* dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari analisis deskriptif pada dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Persepsi Manfaat pada para pelaku usaha di Sentra Tanaman Hias Cihideung Kabupaten Bandung Barat. termasuk dalam kategori "Baik". Artinya para pelaku usaha tanaman hias di Sentra Tanaman Hias di desa Cihideung memiliki Persepsi Manfaat yang positif terhadap Niat Penggunaan *Mobile Commerce*. Persentase tertinggi terdapat pada indikator mempermudah transaksi sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator memberikan keuntungan tambahan saat melakukan transaksi.
2. Dari analisis deskriptif dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan pada para pelaku usaha di Sentra Tanaman Hias Cihideung Kabupaten Bandung Barat. termasuk dalam kategori "Baik". Artinya para pelaku usaha tanaman hias di Sentra Tanaman Hias di desa Cihideung memiliki Persepsi Kemudahan Penggunaan yang positif terhadap Niat Penggunaan *Mobile Commerce*. Persentase tertinggi terdapat pada indikator mudah untuk dipelajari sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator mudah untuk dioperasikan.

3. Dari analisis deskriptif dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Niat Penggunaan *Mobile Commerce* pada para pelaku usaha di Sentra Tanaman Hias Cihideung Kabupaten Bandung Barat. termasuk dalam kategori “Baik”. Artinya para pelaku usaha tanaman hias di Sentra Tanaman Hias di desa Cihideung memiliki Niat yang positif terhadap Penggunaan *Mobile Commerce*. Persentase tertinggi terdapat pada indikator akan menggunakan dimasa depan sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator tetap menggunakan dimasa depan.
4. Hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Penggunaan *Mobile Commerce* adalah sebagai berikut :

   Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Manfaat memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Penggunaan *Mobile Commerce*.

   Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Penggunaan *Mobile Commerce*.

   Dari hasil pengujian simultan yang dilakukan penulis membuktikan adanya pengaruh yang signifikan dan hubungan yang cukup erat antara variabel Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Penggunaan *Mobile Commerce*, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Ada beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian tentang Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Penggunaan *Mobile Commerce* di Sentra Tanaman Hias Cihideung Kabupaten Bandung Barat, yaitu sebagai berikut :

1. Untuk persepsi manfaat, para pelaku usaha tanaman hias di Sentra Tanaman Hias Cihideung Kabupaten Bandung Barat, disarankan untuk lebih meningkatkan keberanian dan rasa percaya diri mereka dalam penerapan sistem baru pada usahanya karena perkembangan teknologi akan terus berkembang dan pelaku usaha-pun harus terus berkembang untuk dapat menyesuaikan dan bertahan.
2. Untuk persepsi kemudahan penggunaan, para pelaku usaha tanaman hias di Sentra Tanaman Hias Cihideung Kabupaten Bandung Barat, disarankan untuk terus belajar menggunakan teknologi agar tidak terlalu gagap teknologi.
3. Untuk niat penggunaan *mobile commerce*, para pelaku usaha tanaman hias di Sentra Tanaman Hias Cihideung Kabupaten Bandung Barat, disarankan untuk lebih banyak mencari informasi mengenai manfaat dan keuntungan yang akan mereka dapatkan ketika menggunakan *mobile commerce*.
4. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan agar lebih baik dalam meniliti persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat penggunaan *mobile commerce*, sehingga penelitian variabel-variabel ini akan lebih sempurna.