BAB 5
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan selama pengerjaan tugas akhir ini, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna pada sistem lelang *online* di Forward Football Shop, yaitu faktor persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), faktor persepsi kegunaan (*perceived of usefulness*), faktor kualitas informasi (*information quality*), sedangkan faktor yang tidak mempengaruhi pengguna sistem yaitu faktor pengalaman (*experience*), faktor sikap pengguna (*attitude towards using*), faktor niat pengguna (*behavioral intention to use*) dalam menggunakan sistem lelang.
2. Rekomendasi sistem yang diusulkan berupa perubahan pada *login*, yaitu menggunakan *captcha* angka, menambahkan *shortcut*, dimaksudkan untuk mempercepat kinerja dari proses lelang, agar peserta lelang tidak perlu kembali ke halaman *home* untuk menawar *jersey* lelang yang lain, menambahkan halaman menu lelang selanjutnya, yang diharapkan untuk dapat meningkatkan niat peserta lelang untuk tetap menggunakan sistem lelang untuk ke depannya, kemudian menampilkan pemenang yang lelang hanya satu akun pemenang dan terakhir menambahkan halaman cara dan aturan lelang, yang dimaksudkan untuk peserta lelang yang baru mendaftar, agar mengetahui cara menggunakan sistem lelang dan paham dengan aturan yang berlaku pada lelang *online* di Forward Footbal Shop.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat direkomendasikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Dalam penelitian selanjutnya dengan metode TAM disarankan mengkaji kembali teori-teori dalam penggunaan *external variable*, agar *variable* yang

digunakan tepat untuk penelitian, atau gunakan model analisis penerimaan` dengan model lain.

2. Diharapkan pada penelitian selajutnya lebih baik apabila mengkaji kembali instrumen-instrumen penelitian, agar subjek penelitian dapat memahami lebih baik lagi pernyataan yang digunakan untuk kuesioner penelitian.
3. Rekomendasi untuk penelitian mendatang adalah dengan memperluas dan memperbanyak cakupan responden.