



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian menggunakan *Structural Equation Model* dengan *software* AMOS 23 untuk mengukur pengaruh *Trust* terhadap *Intention to Use* melalui *Perceived Risk* dan *Developer's Reputation*. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Trust* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Perceived Risk* dimana hasil analisa data menunjukkan nilai *standard coefficients* yang positif dan juga nilai dari p-value 0,000 yang memenuhi standar menunjukkan bahwa kepercayaan yang diberikan Shopback mempengaruhi tingkat risiko yang di rasakan oleh konsumen.
2. *Trust* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Developer's Reputation* dimana hasil analisa data menunjukkan nilai *standard coefficients* yang positif disertai hasil nilai dari p-value 0,000 memenuhi standar yang menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan akan meningkat dengan reputasi pengembang yang baik atau terkenal.
3. *Perceived Risk* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Intention to Use* dimana hasil analisa data menunjukkan nilai *standard coefficients* yang positif serta nilai dari p-value 0,000 memenuhi standar yang menunjukkan bahwa risiko yang dirasakan oleh konsumen terbukti berpengaruh pada niat konsumen untuk menggunakan suatu aplikasi. Persepsi akan kerugian dapat menurunkan niat seseorang untuk menggunakan suatu aplikasi.
4. *Developer's Reputation* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Intention to Use* dimana hasil analisa data menunjukkan nilai *standard coefficients* yang positif serta nilai dari p-value 0,000 memenuhi standar yang menunjukkan bahwa reputasi dari pengembang akan berdampak pada keinginan seseorang untuk menggunakan suatu

aplikasi, semakin terkenal suatu pengembang dan semakin baik citra yang dimiliki pengembang maka keinginan seseorang untuk menggunakan aplikasi akan meningkat.

5.2 Saran

Dengan penelitian ini, peneliti berharap agar hasil penelitian yang sudah diajukan ini dapat memberikan manfaat lebih bagi perusahaan yang berguna untuk menciptakan persepsi positif agar masyarakat mau menggunakan aplikasi dengan jenis baru seperti Shopback

5.2.1 Saran Untuk Perusahaan

1. Kedepannya agar perusahaan Shopback menambah *merchant* lebih banyak lagi dan juga agar semakin banyak variasi dalam *merchant* untuk berbelanja dan agar persepsi tidak hanya dari *e-commerce* besar saja seperti Lazada maupun Tokopedia.
2. Aplikasi Shopback diharapkan agar mempercepat masa *Tracking* pembelian dari 120 hari agar bisa menjadi lebih cepat seperti pesaing yang 75 hari maupun 60 hari, hal ini akan menjadi salah satu nilai jual apabila dapat dilakukan mengingat pesaing Shopback yaitu VIPDiskon sedang tidak dapat digunakan di Indonesia.
3. Kedepannya agar aplikasi Shopback dapat lebih cepat lagi ketika menyambungkan ke *merchant – merchant* seperti Lazada, Tokopedia dan lainnya hal ini terkesan memakan waktu karena harus berpindah aplikasi. Hal ini dapat diatasi dengan menjadikan Shopback aplikasi yang tetap berjalan di latar belakang agar tidak mengharuskan pengguna membuka satu – satu kembali ketika ingin berbelanja daring.

4. Meningkatkan jumlah persentase diskon agar konsumen maupun calon pengguna baru tertarik dan menyertakan keterangan jelas siapa yang dikategorikan pengguna baru atau lama berdasarkan waktu pendaftaran serta lama nya pengguna aktif.
5. Memperbanyak iklan baik di televisi maupun di media daring seperti Youtube, Instagram maupun Facebook untuk menciptakan *Awareness* masyarakat akan keberadaan Shopback.

5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan kesimpulan yang ada dalam penelitian ini serta berdasarkan keterbatasan yang dialami oleh peneliti dan masih jauh dari kata sempurna. Sehingga peneliti mengharapkan penyempurnaan penelitian ini di masa yang akan datang. Berikut merupakan saran untuk penelitian selanjutnya:

1. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan responden dapat tersebar dari pengguna negara lain seperti Singapore, Vietnam, Malaysia dan Australia. Hal ini dikarenakan agar semakin beragam data yang dapat diperoleh serta diolah.
2. Peneliti sebaiknya melakukan *interview* baik pada orang yang belum mengetahui Shopback dan juga yang sudah mengetahui Shopback untuk mendapatkan *Insight* baik dari pengguna maupun orang yang belum mengetahui.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan bisa memperoleh data dari perusahaan Shopback secara langsung agar mempermudah penelitian selanjutnya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A