



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

UniPin adalah pembayaran asal Indonesia yang bertujuan untuk memudahkan gamer dalam bertransaksi dalam game online, dapat juga top-up Unipin Credits di Dunia Games untuk membeli beragam item di dalam game . Top up Unipin vouchers dengan pulsa atau kuota .Untuk beli top up untuk Unipin dari Dunia Games secara sederhana pilih jumlah yang ingin mengisi ulang. Jumlah tersebut akan dikurangkan dari saldo pulsa serta dapat menggunakan pulsa atau kuota yang ada untuk beli voucher di Dunia Games.

Dari hasil penelitian dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan judul “Analisis *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Structural Assurance*, *Ubiquity*, dan *Trust* terhadap *Usage Intention* telaah pada website UniPin” maka peneliti menarik kesimpulan yaitu:

1. *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif terhadap *Trust*. Dapat dilihat dari nilai *T-value* yang bernilai 2.69. Dapat disimpulkan bahwa persepsi mengenai kemudahan merupakan salah satu faktor pendorong kepercayaan untuk menggunakan website UniPin. Maka uji hipotesis *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif terhadap *Trust*.
2. *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness*. Dapat dilihat dari nilai *T-value* yang bernilai 4.66. Dapat

disimpulkan bahwa persepsi mengenai kemudahan serta kegunaan merupakan salah satu faktor pendorong keinginan untuk menggunakan website UniPin. Maka uji hipotesis ini menyatakan *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness*.

3. *Structural Assurance* memiliki pengaruh positif terhadap *Trust*.

Dari nilai *T-value* yang bernilai 2.25. Dapat disimpulkan bahwa keamanan yang diutamakan oleh konsumen merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan mutu kepercayaan konsumen terhadap website UniPin. Maka uji hipotesis ini menyatakan bahwa *Structural Assurance* memiliki pengaruh positif terhadap *Trust*.

4. *Ubiquity* memiliki pengaruh positif terhadap *Trust*

Dari nilai *T-value* yang bernilai 5.82. Dapat disimpulkan bahwa dapat diakses kapanpun dan dimanapun merupakan merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan mutu kepercayaan konsumen terhadap website UniPin. Maka uji hipotesis ini dinyatakan *Ubiquity* memiliki pengaruh positif terhadap *Trust*.

5. *Trust* memiliki pengaruh positif terhadap *Usage Intention*.

Dapat dilihat dari nilai *T-value* yang bernilai 3.44. Maka uji hipotesis ini dapat disimpulkan bahwa rasa kepercayaan merupakan salah satu faktor yang menunjang untuk dapat meningkatkan ketertarikan terhadap website UniPin. Maka hasil uji hipotesis ini dinyatakan *Trust* memiliki pengaruh positif terhadap *Usage Intention*.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Berdasarkan penilaian yang sudah dilakukan dalam penelitian ini, peneliti berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Baik itu pihak perusahaan maupun peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian mengenai pemilihan website dengan menggunakan metode SEM.

Berikut ini merupakan saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk website UniPin kedepannya:

1. Dengan memperluas penggunaan website ini di kota-kota lainnya, agar dapat lebih tersebar luas lagi dan dapat dinikmati di tempat manapun.
2. Meningkatkan kinerja dari *customer service* sehingga ketika pelanggan kebingungan maka dengan cepat *admin* dari website UniPin dapat membantu segera mungkin serta guna menciptakan rasa puas atas pelayanan yang diberikan kepada pengguna.
3. Melakukan promosi pada website UniPin seperti diskon pada pembelian game sehingga website UniPin ini dapat tertarik sehingga terciptanya pelanggan yang lebih banyak lagi.
4. Memberikan rasa aman dan juga kemudahan dalam bertransaksi melalui website UniPin agar menambah nilai kepercayaan di mata konsumen.

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, peneliti mengharapkan untuk memanfaatkan metode SEM untuk tidak hanya pada pemilihan suatu website saja, tetapi menggunakan metode SEM pada pengambilan keputusan yang sifatnya lebih bervariasi. Karena penelitian SEM melibatkan subjektivitas para responden, sebaiknya peneliti selanjutnya memberikan data pendukung yang dapat menilai secara lebih objektif dan terukur. Hal ini dilakukan agar dapat menghasilkan hasil yang lebih akurat dan maksimal dibandingkan pengujian secara subjektif.