

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

1. Persepsi terhadap kegunaan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap adopsi internet. Hasil pengujian dalam model menunjukkan nilai T-Statistic sebesar 9.929, yang melebihi batas yang ditetapkan, yaitu lebih dari 1.65; nilai P-Values menunjukkan angka 0.000, yang lebih rendah dan memenuhi kriteria yang ditetapkan, yaitu kurang dari 0.05.
2. Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap pemasaran melalui media sosial. Hasil pengujian dalam model menunjukkan nilai T-Statistic sebesar 8.819, yang lebih besar dari batas yang ditetapkan, yaitu lebih dari 1.65; nilai P-Values menunjukkan angka 0.000, yang lebih rendah dan memenuhi kriteria yang ditetapkan, yaitu kurang dari 0.05.
3. Persepsi kemudahan penggunaan memberikan dampak positif dan signifikan terhadap adopsi internet. Hasil pengujian dalam model menunjukkan nilai T-Statistic sebesar 5.113, yang lebih tinggi dari batas yang ditetapkan, yaitu lebih dari 1.65, dan nilai P-Values sebesar 0.000, yang lebih rendah dan memenuhi kriteria yang ditetapkan, yaitu kurang dari 0.05.
4. Persepsi kemudahan penggunaan berdampak positif dan signifikan terhadap pemasaran melalui media sosial. Hasil pengujian dalam model menunjukkan nilai T-Statistic sebesar 29.360, yang melebihi batas yang ditetapkan, yaitu lebih dari 1.65; nilai P-Values menunjukkan angka 0.000, yang lebih rendah dan memenuhi kriteria yang ditetapkan, yaitu kurang dari 0.05.

5. Biaya memiliki dampak positif dan signifikan terhadap adopsi internet. Hasil pengujian dalam model menunjukkan nilai T-Statistic sebesar 4.744, yang lebih besar dari batas yang ditetapkan, yaitu lebih dari 1.65, dan nilai P-Values sebesar 0.000, yang lebih rendah dan memenuhi kriteria yang ditetapkan, yaitu kurang dari 0.05.
6. Biaya tidak memberikan dampak positif dan signifikan terhadap pemasaran media sosial. Hasil pengujian dalam model menunjukkan nilai T-Statistic sebesar 1.472, yang lebih kecil dari batas yang ditetapkan, yaitu lebih dari 1.65, dan nilai P-Values sebesar 0.071, yang lebih tinggi dan tidak memenuhi kriteria yang ditetapkan, yaitu kurang dari 0.05.
7. Adopsi internet memiliki dampak positif terhadap pemasaran melalui media sosial. Hasil pengujian dalam model menunjukkan nilai T-Statistic sebesar 5.210, yang lebih besar dari batas yang ditetapkan, yaitu lebih dari 1.65; nilai P-Values menunjukkan angka 0.000, yang lebih rendah dan memenuhi kriteria yang ditetapkan, yaitu kurang dari 0.05.
8. Adopsi internet memberikan efek positif yang signifikan terhadap keberlanjutan UMKM. Hasil pengujian dalam model menunjukkan nilai T-Statistic sebesar 6.010, yang lebih besar dari batas yang ditetapkan, yaitu lebih dari 1.65; nilai P-Values menunjukkan angka 0.000, yang lebih rendah dan memenuhi kriteria yang ditetapkan, yaitu kurang dari 0.05.
9. Pemasaran di media sosial memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM. Hasil pengujian dalam model menunjukkan nilai T-Statistic sebesar 7.369, yang lebih besar dari batas yang ditetapkan, yaitu lebih dari 1.65; nilai P-Values menunjukkan angka 0.000, yang lebih rendah dan memenuhi kriteria yang ditetapkan, yaitu kurang dari 0.05.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti ingin memberikan beberapa saran dan masukan kepada universitas, mahasiswa, serta peneliti lain yang memiliki topik dan struktur serupa. Diharapkan saran dan masukan ini dapat memberikan manfaat di masa mendatang.

5.2.1 Saran Untuk Universitas

Peneliti ingin memberikan beberapa rekomendasi kepada perguruan tinggi atau universitas yang menghadapi isu serupa dengan penelitian ini. Berikut adalah beberapa saran yang disampaikan oleh peneliti:

1. Akses terhadap keuangan, efikasi diri dalam kewirausahaan, sikap terhadap kewirausahaan, kemampuan kewirausahaan, dan intensitas kewirausahaan saat ini masih perlu ditingkatkan untuk memperdalam pemahaman mengenai masalah yang dihadapi.
2. Peneliti merekomendasikan agar universitas menyediakan lebih banyak ruang atau fasilitas dalam program kewirausahaan atau inkubator bisnis untuk mendukung mahasiswa dalam belajar berwirausaha.
3. Peneliti menyarankan agar mahasiswa diberikan lebih banyak kesempatan untuk melakukan praktik lapangan atau terlibat dalam bisnis. Hal ini bertujuan agar mahasiswa dapat memahami situasi di lapangan secara menyeluruh dan mampu memprediksi peluang bisnis di masa depan.

5.2.2 Saran Untuk Mahasiswa

Sebagai hasil dari penelitian ini, peneliti ingin memberikan beberapa rekomendasi kepada mahasiswa agar penelitian ini dapat memberikan manfaat. Peneliti menyarankan mahasiswa yang berminat untuk berbisnis agar meluangkan waktu untuk berusaha. Memulai bisnis di usia muda akan membantu membentuk sikap, keterampilan, karakter, dan pengetahuan yang luas tentang dunia bisnis.

Setiap kesalahan yang dilakukan selama menjalankan bisnis akan menjadi pengalaman berharga untuk meraih kesuksesan di masa depan.

5.2.3 Saran Untuk Penelitian

Berdasarkan temuan penelitian ini, peneliti ingin memberikan beberapa masukan dan rekomendasi untuk penelitian yang akan datang. Berikut adalah rekomendasi yang disampaikan oleh peneliti:

1. Peneliti menyarankan untuk menambahkan variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini, karena variabel tersebut dapat meningkatkan kualitas kewirausahaan untuk generasi mendatang. Dengan kata lain, dukungan fasilitas dalam menyediakan lembaga keuangan yang dapat memberikan modal untuk bisnis baru dapat membantu calon wirausaha mengenali peluang bisnis, sehingga mereka dapat menganalisis dan memanfaatkannya untuk memulai dan menjalankan usaha mereka. Dengan demikian, kita dapat lebih memahami bagaimana niat berwirausaha seseorang dipengaruhi dengan menambahkan variabel entrepreneurial munificence.

Dengan mengumpulkan lebih banyak data melalui survei kuesioner, peneliti selanjutnya dapat menghasilkan temuan baru mengenai cara untuk meningkatkan keinginan berwirausaha.