

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh maka, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention* adalah variabel *social influence* dengan nilai T-statistik 2,150 dan nilai p-value 0,032, variabel *habit* dengan nilai T-statistik sebesar 6,016 dan nilai p-value 0,000. Sedangkan untuk faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap *use behavior* adalah variabel *habit* dengan nilai T-statistik sebesar 3,773 dan nilai p-value 0,000, variabel *behavioral intention* dengan nilai T-statistik sebesar 3,355 dan nilai p-value 0,001. Dari hasil penelitian, pengembang Shopee dapat tetap menjaga *layout* sistem untuk mempertahankan minat pengguna terhadap *e-commerce* Shopee.
2. Variabel moderator *gender* terbukti mempengaruhi hubungan antara variabel eksogen terhadap variabel endogen yaitu variabel *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention* dengan nilai T-statistik. Untuk variabel moderator *age* dan *experience* tidak mempengaruhi hubungan antara variabel eksogen terhadap variabel endogen. Dari hasil penelitian, untuk pengembang Shopee pada kelompok *gender* perempuan dapat dilakukan adanya notifikasi mengenai promosi produk untuk mempertahankan minat pengguna terhadap *e-commerce* Shopee.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Dapat menambah konstruk lain atau variabel moderasi yang lain untuk diteliti.
2. Objek penelitian dapat menggunakan *e-commerce* lain selain Shopee.

3. Untuk penelitian selanjutnya, responden dapat menggunakan pengguna *e-commerce* Shopee dengan *role* sebagai penjual.
4. Dapat meningkatkan variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating conditions* dan *hedonic motivation* agar dapat signifikan terhadap *behavioral intention*.
5. Dapat meningkatkan variabel *facilitating conditions* agar dapat signifikan terhadap *use behavior*.