

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Pada penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini menggunakan metode C TPB-TAM dengan menggunakan sepuluh hipotesis.
2. Adapun hipotesis yang **di terima** adalah

**H2**: Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) terhadap Sikap (*Attitude*).

Hipotesis ini diterima dengan memperhatikan dari nilai *T-statistic* dan nilai *P-values*. Nilai *T-statistic* 1,139 dan nilai *P-values* 0,255. *Perceived Ease Of Use* menunjukkan variabel yang mengukur persepsi kemudahan penggunaan *channel youtube* olahraga SKWAD *fitness*, sehingga H2 menunjukkan bahwa semakin mudah *channel youtube* olahraga SKWAD *Fitness* mudah digunakan dan dipahami akan mempengaruhi seseorang menggunakan *channel youtube* untuk olahraga SKWAD *Fitness* secara berkelanjutan

**H3**: Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) terhadap Sikap (*Attitude*)

Hipotesis ini diterima dengan memperhatikan dari nilai *T-statistic* dan nilai *P-values*. Nilai *T-statistic* 2,853 dan nilai *P-values* 0,005. *Perceived Usefulness* menunjukkan variabel yang mengukur persepsi kegunaan *channel youtube* olahraga SKWAD *Fitness*, sehingga H3 menunjukkan bahwa semakin seseorang merasakan kegunaan *channel youtube* olahraga SKWAD *Fitness* untuk berolahraga akan mempengaruhi sikap dari orang tersebut

**H4**: Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) terhadap Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Hipotesis ini diterima dengan memperhatikan nilai dari *T-statistic* dan nilai *P-values*. Nilai *T-statistic* 11,482 dan nilai *P-values* 0,000. *Perceived Ease OF Use* menunjukkan variabel yang mengukur persepsi kemudahan penggunaan *channel youtube* olahraga SKWAD *Fitness*,

sehingga H4 menunjukkan bahwa semakin mudah *channel youtube* olahraga SKWAD *Fitness* mudah digunakan dan dipahami akan mempengaruhi persepsi kegunaan *channel youtube* olahraga SKWAD *Fitness* tersebut

**H5** : Sikap (*Attitude*) terhadap Minat (*Behavioural Intention*)

Hipotesis ini diterima dengan memperhatikan nilai dari *T-statistic* dan nilai *P-values*. Nilai *T-statistic* 2,942 dan nilai *P-values* 0,003. *Attitude* menunjukkan variabel yang mengukur sikap seseorang dalam menggunakan *channel youtube* olahraga SKWAD *fitness*, sehingga H5 menunjukkan bahwa sikap seseorang dalam menggunakan *channel youtube* olahraga SKWAD *fitness* akan mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan *channel youtube* olahraga SKWAD *fitness*

**H6** : Norma Subjektif (*Subjective Norm*) terhadap Minat (*Behavioral Intention*)

Hipotesis ini diterima dengan memperhatikan nilai dari *T-statistic* dan nilai *P-values*. Nilai *T-statistic* 4,729 dan nilai *P-values* 0,000. *Subjective norm* menunjukkan variabel yang mengukur norma subjektif *channel youtube* olahraga SKWAD *fitness*, sehingga H6 menunjukkan bahwa norma subjektif seseorang dalam menggunakan *channel youtube* olahraga SKWAD *fitness* akan mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan *channel youtube* olahraga SKWAD *fitness*

**H10** : Minat (*Behavioral Intention*) terhadap Perilaku (*Behaviour*)

Hipotesis ini di terima dengan memperhatikan nilai dari *T-statistic* dan nilai *P-values*. Nilai *T-statistic* 5,561 dan nilai *P-values* 0,000. *Behavioral intention* menunjukkan variabel yang mengukur minat seseorang dalam menggunakan *channel youtube* olahraga SKWAD *fitness*, sehingga H6 menunjukkan bahwa minat seseorang dalam menggunakan *channel youtube* olahraga SKWAD *fitness* akan mempengaruhi perilaku seseorang dalam menggunakan *channel youtube* olahraga SKWAD *fitness*.

Hipotesis yang **di tolak** yaitu :

**H1** : Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) terhadap Perilaku (*Behaviour*)

Hipotesis ini di tolak dengan memperhatikan nilai dari *T-statistic* dan nilai *P-values*. Nilai *T-statistic* 1,139 dan nilai *P-values* 0,255. *Perceived Ease Of Use* menunjukkan variabel yang mengukur persepsi kemudahan penggunaan seseorang dalam menggunakan *channel youtube* olahraga SKWAD *fitness*, sehingga H1 menunjukkan bahwa semakin mudah *channel youtube* olahraga SKWAD *Fitness* mudah digunakan dan dipahami tidak akan mempengaruhi perilaku seseorang dalam menggunakan *channel youtube* olahraga SKWAD *fitness*.

**H7** : Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Behaviour Control*) terhadap Minat (*Behaviour Intention*)

Hipotesis ini di tolak dengan memperhatikan nilai dari *T-statistic* dan nilai *P-values*. Nilai *T-statistic* 0,029 dan nilai *P-values* 0,977. *Perceived Behaviour Control* menunjukkan variabel yang mengukur persepsi kontrol perilaku seseorang dalam menggunakan *channel youtube* olahraga SKWAD *fitness*, sehingga H7 menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku seseorang dalam menggunakan *channel youtube* olahraga SKWAD *Fitness* tidak akan mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan *channel youtube* olahraga SKWAD *fitness*.

**H8** : Persepsi Kontrol Perilaku (*Perceived Behaviour Control*) terhadap Perilaku (*Behaviour*)

Hipotesis ini di tolak dengan memperhatikan nilai dari *T-statistic* dan nilai *P-values*. Nilai *T-statistic* 0,532 dan nilai *P-values* 0,595. *Perceived Behaviour Control* menunjukkan variabel yang mengukur persepsi kontrol perilaku seseorang dalam menggunakan *channel youtube* olahraga SKWAD *fitness*, sehingga H8 menunjukkan bahwa kontrol perilaku seseorang dalam menggunakan *channel youtube* olahraga SKWAD *Fitness* tidak akan mempengaruhi perilaku seseorang dalam menggunakan *channel youtube* olahraga SKWAD *fitness*.

**H9** : Norma Subjektif (*Subjective Norm*) terhadap Perilaku (*Behaviour*)  
 Hipotesis ini di tolak dengan memperhatikan nilai dari *T-statistic* dan nilai *P-values*. Nilai *T-statistic* 1,951 dan nilai *P-values* 0,052. *Subjective norm* menunjukkan variabel yang mengukur norma subjektif seseorang dalam menggunakan *channel youtube* olahraga SKWAD *fitness*, sehingga H9 menunjukkan bahwa norma subjektif seseorang dalam menggunakan *channel youtube* olahraga SKWAD *Fitness* tidak akan mempengaruhi perilaku seseorang dalam menggunakan *channel youtube* olahraga SKWAD *fitness*.

3. Keinginan seseorang dalam menggunakan *channel youtube* SKWAD *Fitness* dipengaruhi oleh faktor niat (*Behavioral Intention*), kemudian Sikap (*Attitude*) seseorang dalam menggunakan *channel youtube* SKWAD *Fitness* untuk berolahraga dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*), dan Persepsi Kegunaan yang dirasakan (*Perceived Usefulness*), seseorang memiliki faktor persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) pada *channel* SKWAD *Fitness* karena dipengaruhi oleh faktor Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*), dan seseorang dapat memiliki niat (*Behavioral Intention*) karena dipengaruhi oleh dipengaruhi oleh sikap (*Attitude*), norma subjektif (*Subjective Norm*), dan kontrol perilaku yang dirasakan (*Perceived Behaviour Control*).

## 5.2. Saran

Adapun saran untuk penelitian selanjutnya adalah :

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan data lebih luas dan menggunakan *channel youtube* olahraga SKWAD *fitness* dengan beberapa *channel youtube* olahraga lainnya bukan hanya satu
2. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan varibel lain dengan menggunakan metode yang berbeda.
3. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menggunakan *framework* yang berbeda