

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat untuk Menggunakan Pemasaran Internet di Indonesia” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Harapan kinerja tidak signifikan berpengaruh positif dan signifikan pada niat menggunakan pemasaran internet
2. Harapan usaha tidak signifikan berpengaruh positif dan signifikan pada niat yang menggunakan pemasaran internet.
3. Pengaruh sosial signifikan berpengaruh positif dan signifikan pada niat yang menggunakan pemasaran internet.
4. Kondisi fasilitas signifikan berpengaruh positif dan signifikan pada niat menggunakan pemasaran internet.

5.2. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini terbatas pada obyek penelitian, yaitu hanya di masyarakat Yogyakarta.
2. Penelitian ini hanya meneliti beberapa dimensi UTAUT yaitu harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas.

5.3. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian ini, maka dapat diambil beberapa saran pada penelitian ini :

1. Dalam penelitian selanjutnya lebih baik peneliti menambah metode lain untuk mendapatkan hasil responden yang lebih baik, contohnya seperti wawancara tidak hanya melalui kuisioner.

2. Dalam penelitian ini sebaiknya peneliti selanjutnya lebih memahami tentang UTAUT sehingga tidak hanya pada variabel harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas saja.
3. Pada penelitian ini, harapan kinerja dan harapan usaha tidak berpengaruh signifikan pada niat menggunakan pemasaran internet, oleh karena itu bagi pemasar perlu diperhatikan kedua faktor tersebut, karena faktor tersebut sangat penting karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

