BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian ini, berupa pengujian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pada pengujian PU berpengaruh positif terhadap niat keberlanjutan menggunakan media sosial dan SI berpengaruh positif terhadap PU dinyatakan signifikan sementara 2 hipotesis lainnya SI berpengaruh positif terhadap niat keberlanjutan menggunakan media sosial secara langsung dan Pengaruh positif SI terhadap keberlanjutan untuk menggunakan media sosial akan semakin tinggi seiring meningkatnya pengalaman menggunakan media sosial setelah dilakukan pengujian dinyatakan tidak signifikan atau tidak didukung.

5.2 Kontribusi Penelitian

Penelitian ini memberikan kontribusi kepada usaha kecil dalam mempertimbangkan penggunaan media sosial. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan usaha kecil untuk mengambil keputusan atau strategi yang harus diambil dalam penggunaan media sosial dalam menunjang kegiatan usahanya. Media sosial juga dapat mempermudah usaha kecil dalam berkomunikasi dan menjalin hubungn baik dengan konsemen. Pada intinya penelitian ini dapat menjadi tolak ukur usaha kecil dalam

keputusan untuk penggunaan media sosial sekarang dan pada masa yang akan datang.

5.3 Keterbatasan / Kelemahan Penelitian

Pada penelitian ini cakupan wilayah yang diteliti oleh peneliti hanya berfokus kepada usaha kecil saja sehingga tidak bisa digeneralisasikan pada jenis usaha lainnya yang berada pada daerah Kota Yogyakarta dan masih sedikit dari keseluruhan usaha kecil yang berada di Indonesia. Penelitian ini hanya bersifat *cross-sectional* (hanya sekali saat penelitian ini dilakukan) sehingga tidak bisa menggambarkan dinamika perubahan implementasi model TAM dimasa yang akan datang.

5.4 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dirangkum berdasarkan hasil penelitian ini, selanjutnya dapat diusulkan rekomendasi yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan usaha kecil yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam keputusan menggunakan media diantaranya sebagai berikut :

1. Perusahaan usaha kecil hendaknya mempertimbangkan ketika hendaknya menggunakan media sosial sekarang dan pada masa yang akan datang, karna pada hasil penelitian menunjukkan bahwa *social influence* bukan hal yang berpengaruh terhadap niat keberlanjutan

perusahaan ketika kan tetap mempertahankan penggunaan media sosial atau tidak. Terdapat faktor yang lain yang lebih kuat sebagai pertimbangan perusahaan dalam menentukan penggunaan media sosial.

2. Pada penelitian hanya menggunakan 4 variabel dan salah satunya adalah variabel moderasi, untuk penelitian selanjutnya lebih bagus jika ditambahkan variabel lainnya yang belum pernah diteliti sebelumnya untuk menambah keyakinan perusahaan ketika akan menggunakan media sosial.
3. Responden pada penelitian ini hanya mencakup perusahaan kecil yang berada di daerah Kota Yogyakarta saja. Penelitian selanjutnya bisa memperluas cakupan penelitian dengan meneliti perusahaan usaha kecil yang berada di DI Yogyakarta.
4. Pada penelitian selanjutnya diharapkan tidak hanya TAM yang diadopsi mungkin dapat pengadopsian Diffusion of Inovation (Selanjutnya disingkat DOI)
5. Perusahaan kecil tidak usah terlalu memikirkan SI dan pengalaman menggunakan media sosial ketika ingin mengadopsi media sosial karna hal tersebut tidak begitu berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha kecil dalam pengadopsian media sosial.