

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian tingkat kepuasan pengguna yang menggunakan aplikasi *M-Commerce* secara keseluruhan di wilayah kota Surabaya berada pada tingkat SANGAT PUAS yang artinya pengguna sudah merasa puas dalam menggunakan aplikasi *M-Commerce*. Tingkat puas disebabkan oleh nilai mean dari keseluruhan variabel dengan nilai 4,2 yang berarti berada pada skala tingkat kepuasan pengguna 5 dengan skor antara 4,2 sampai 5. Variabel yang memiliki tingkat kepuasan sangat tinggi adalah variabel *accuracy* dengan nilai mean 4,29 yang berarti ada pada skala tingkat kepuasan pengguna sangat puas. Sedangkan variabel yang memiliki tingkat kepuasan sangat rendah adalah variabel *Ease of use* dengan nilai mean 4,13 yang berarti ada pada skala tingkat kepuasan pengguna puas. Dengan hasil penelitian ini maka diperlukan pengembangan aplikasi *M-Commerce* agar dapat mempertahankan atau meningkatkan kembali terkait kepuasan penggunanya. Beberapa variabel yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan karena berpengaruh positif berdasarkan perspektif pengguna dari Aplikasi *M-Commerce*, namun tidak berpengaruh signifikan adalah *accuracy* (A), *content* (C), *Ease of use* (E), *format* (F), *Timeliness* (T) terhadap variabel *user satisfaction* (US).
2. Faktor yang paling berpengaruh terhadap *user satisfaction* atau kepuasan pengguna Aplikasi *M-Commerce* adalah *accuracy*. Hal ini dibuktikan dari hasil uji hipotesis yang menunjukkan bahwa variabel *accuracy* memiliki nilai *path coefficient* paling besar terhadap variabel *user satisfaction* dibandingkan dengan variabel lainnya. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pengujian, disimpulkan terdapat hipotesis sebanyak 5 hipotesis di terima yaitu *accuracy* (A) → *user satisfaction* (US), *content* (C) → *user satisfaction* (US), *Ease of use* (E) → *user satisfaction* (US), *format* (F) → *user satisfaction*

(US) dan timeliness (T) → user satisfaction (US) yang memiliki pengaruh kepuasan pengguna terhadap penggunaan Aplikasi *M-Commerce*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa variabilitas konstruk *user satisfaction* dalam penelitian ini adalah sebesar 62%, sedangkan 38% sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Penelitian selanjutnya dapat ditambahkan variabel maupun indikator lain di luar model yang digunakan pada penelitian ini. Sehingga variabilitas konstruk diharapkan dapat lebih maksimal. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat melakukan penelitian dengan topik yang sama namun dengan menggunakan metode yang berbeda, sehingga dapat menjadi pembandingan dari penelitian ini.
2. Bagi pihak Perusahaan khususnya tim pengembang Aplikasi *M-Commerce*, dapat mempertahankan dan terus meningkatkan aspek *accuracy* dari aplikasi. Karena *accuracy* merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap *user satisfaction* atau kepuasan pengguna. Meski begitu, faktor lain juga tetap perlu diperhatikan, mengingat faktor *content*, *Ease of use*, *format* dan *timeliness* berpengaruh langsung terhadap *user satisfaction* dapat meningkatkan kepercayaan pengguna dan mempengaruhi keputusan pembelian pengguna melalui Aplikasi *M-Commerce*.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi masyarakat, khususnya para pengembang *m-commerce*.