

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian keseluruhan dan juga saran yang akan diberikan dari penelitian ini.

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan Validasi DeLone dan McLean *E – Commerce Success Model* Pada Aplikasi AYO SRC Toko, maka dapat ditarik kesimpulan :

1. *E – Commerce Success Model* dapat menggambarkan dan menjelaskan hubungan antar variabel pada Aplikasi AYO SRC Toko. Faktor – faktor yang mempengaruhi kesuksesan penerapan Aplikasi AYO SRC Toko yaitu *information quality, system quality, service quality, use, user satisfaction* dan *Net Benefits*. Variabel yang menjadi pendorong utama pada *Use* terhadap *Net Benefits* adalah *Information Quality* dengan *path coefficient* sebesar 0,364. Sedangkan variabel yang menjadi pendorong utama pada *User Satisfaction* terhadap *Net Benefits* adalah *System Quality* dengan *path coefficient* sebesar 0,385. Faktor yang paling mempengaruhi pada *Net Benefits* yang dirasakan oleh pengguna adalah *User Satisfaction* yang mana memiliki *path coefficient* tertinggi sebesar 0,557.
2. Tingkat kesuksesan penerapan Aplikasi AYO SRC Toko berdasarkan hasil analisis yang didapatkan, memperoleh nilai presentase sebesar 79,82%. Berdasarkan tabel kriteria tingkat kesuksesan, nilai tersebut termasuk dalam tingkatan sukses.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan Validasi DeLone dan McLean *E – Commerce Success Model* Pada Aplikasi AYO SRC Toko, maka didapatkannya beberapa saran :

1. Penelitian ini dilakukan berdasarkan data survei lapangan yang telah ditentukan di Kota Surabaya, sehingga penyebaran data hanya berfokus pada responden yang sesuai dengan ketentuan. Melihat masih banyaknya wilayah yang masih mempunyai potensi penelitian serupa maka dapat dilakukannya penelitian serupa di wilayah selain Kota Surabaya.
2. *E – Commerce Success Model* DeLone dan McLean ini dapat menjelaskan bahwa variabilitas nilai R – Square dari variabel *Use* sebesar 0,460 yang mana dapat diinterpretasikan sebesar 46%. Sedangkan 54% lainnya dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Variabilitas nilai R – Square dari variabel *User Satisfaction* sebesar 0,668 yang dapat diinterpretasikan sebesar 66,8%. Sedangkan 32,2% lainnya dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Variabilitas nilai R – Square variabel *Net Benefits* sebesar 0,614 yang dapat diinterpretasikan sebesar 61,4%. Sedangkan 38,6% lainnya dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Sehingga penelitian selanjutnya dapat mencari dan menambahkan variabel serta indikator yang belum digunakan pada model penelitian ini untuk mendapatkan hasil yang sesuai terutama pada variabel *Use*.
3. Diharapkan adanya penelitian kembali pada obyek penelitian yang sama yaitu aplikasi “E – Commerce” dengan segala jenis bisnis (B2B dan B2C) karena masih minimnya penelitian pada obyek tersebut dengan menggunakan *E – Commerce Success Model DeLone dan McLean*.

4. Diharapkannya adanya penelitian kembali dengan integrasi obyek yang dikembangkan oleh PT AYO SRC Indonesia Sembilan (AYO SRC Kasir, AYO Kelontong, AYO SRC Mitra, Pojok Bayar).
5. Menjadi bahan evaluasi bagi pihak AYO SRC dalam pengembangan Aplikasi serta peningkatan sosialisasi kepada pengguna agar pengguna dapat lebih merasakan manfaat dari tujuan Aplikasi. Faktor manfaat yang masih dirasakan kurang oleh pengguna adalah dalam peningkatan produktivitas pengguna.