

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan kesimpulan dari seluruh hasil penelitian serta memberikan rekomendasi dan saran yang relevan berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh.

5.1 Kesimpulan

Skripsi ini bertujuan untuk mengevaluasi karakteristik niat pengguna pada fitur Live streaming menggunakan model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) pada studi kasus Shopee. Berdasarkan hasil skripsi dan analisis, kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian ini, ditemukan bahwa dari dua belas hipotesis yang diuji, delapan hipotesis dinyatakan diterima dan empat hipotesis dinyatakan ditolak. Dari delapan hipotesis yang diterima, *effort expectancy*, *social influence*, *price value*, *habit*, dan *trust* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *behavioral intention*. Selain itu, *habit* dan *trust* juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*, yang menyatakan bahwa live streaming Shopee merupakan fitur belanja online yang sering digunakan dan dipercaya oleh pengguna. Hasil ini diperoleh melalui pengujian *path coefficient* dengan $P\text{-values} < 0,05$ dan $T\text{-statistic} \geq 1,96$. Hal ini menunjukkan bahwa live streaming Shopee merupakan fitur yang interaktif dan mudah dimengerti, sehingga memudahkan pengguna dalam berbelanja online. Selain itu, rekomendasi dari teman atau sahabat semakin memperkuat kepercayaan dalam menggunakan fitur live streaming Shopee serta variasi harga yang ditawarkan melalui live streaming Shopee memberikan referensi yang lebih luas. Dengan demikian, Shopee perlu mengembangkan fitur live streaming dengan meningkatkan interaktivitas, seperti integrasi chatbot untuk menjawab pertanyaan pengguna secara real-time dan sistem rekomendasi produk berbasis AI. Selain itu, Shopee harus memperkuat transparansi harga dan ulasan dengan menampilkan rating produk secara langsung dalam live streaming. Untuk meningkatkan kepercayaan pengguna, Shopee juga dapat menghadirkan program garansi atau verifikasi penjual resmi. Selain itu, strategi pemasaran seperti promo

eksklusif saat live streaming dan kolaborasi dengan influencer dapat diterapkan untuk menarik lebih banyak pengguna.

2. Hasil penelitian ini juga ditemukan bahwa *performance expectancy*, *facilitating conditions*, dan *hedonic motivation* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention*. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pengguna memiliki ekspektasi tertentu dan dukungan yang memadai dalam penggunaan live streaming Shopee, faktor-faktor tersebut bukanlah elemen utama yang mendorong niat pengguna untuk menggunakan fitur ini secara aktif. Sehingga live streaming Shopee dapat mengoptimalkan pengalaman pengguna dengan menambahkan fitur interaktif seperti sesi tanya jawab langsung dengan penjual, integrasi ulasan real-time, serta sistem rekomendasi produk berbasis preferensi pengguna. Selain itu, live streaming Shopee juga dapat memberikan insentif atau promo eksklusif bagi pengguna aktif untuk meningkatkan keterlibatan dan minat dalam menggunakan fitur ini secara berkelanjutan

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa rekomendasi yang dapat diberikan bagi berbagai pihak adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya dapat menguji berbagai variabel tambahan dengan menggunakan model pengukuran yang berbeda yang dapat mempengaruhi penerimaan dari fitur live streaming pada aplikasi Shopee. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi pembandingan serta memberikan peluang bagi peneliti lainnya untuk menyelidiki lebih dalam mengenai faktor-faktor yang menyebabkan tidak signifikasinya hubungan antar variabel
2. Responden yang digunakan dalam penelitian melibatkan responden seluruh anak muda pengguna Shopee di Indonesia, Sehingga penelitian selanjutnya bisa fokus pada perbedaan karakteristik pengguna, seperti tempat tinggal (kota atau desa). Hal ini akan memberikan gambaran yang lebih jelas tentang penerimaan fitur Shopee Live di berbagai segmen masyarakat serta bagaimana faktor-faktor tertentu mempengaruhi niat dan kebiasaan dalam menggunakan fitur ini.