

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis penerimaan platform *live streaming* TikTok menggunakan model UTAUT2 yang diperluas dengan variabel *Trust*, *Perceived Risk*, *Deal Proneness*, dan *Consumer Innovativeness*, dapat disimpulkan bahwa tidak seluruh hubungan dalam model berpengaruh signifikan. Dari 18 hipotesis yang diajukan, terdapat 10 hipotesis yang diterima dan 8 hipotesis yang ditolak.

Hipotesis yang diterima menunjukkan bahwa penerimaan konsumen lebih banyak dipengaruhi oleh faktor sosial, emosional, dan kebiasaan. Hal ini tercermin dari pengaruh positif dan signifikan *Social Influence*, *Hedonic Motivation*, *Habit*, *Consumer Innovativeness*, serta *Deal Proneness* terhadap *Behavioral Intention*. Selanjutnya, *Behavioral Intention* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Usage Behavior*. Selain itu, terdapat pula pengaruh langsung terhadap *Usage Behavior* dari *Habit* dan *Trust*. Jalur lain yang juga signifikan adalah pengaruh *Consumer Innovativeness* terhadap *Hedonic Motivation* serta *Perceived Risk* terhadap *Trust*. Sebaliknya, beberapa hipotesis ditolak, yang menunjukkan bahwa tidak semua variabel memiliki pengaruh langsung. *Trust* dan *Perceived Risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*, serta *Deal Proneness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Usage Behavior*. Temuan ini mengindikasikan bahwa beberapa variabel bekerja secara tidak langsung melalui mediasi, bukan sebagai pengaruh langsung.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa model UTAUT2 yang diperluas relevan dalam menjelaskan penerimaan platform *live streaming* TikTok di Indonesia. Penambahan variabel seperti *Trust*, *Perceived Risk*, *Deal Proneness*, dan *Consumer Innovativeness* memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap perilaku konsumen, khususnya dalam konteks *live streaming commerce* yang didominasi oleh aspek sosial, emosional, dan kebiasaan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat saran yang dapat direkomendasikan untuk penelitian selanjutnya:

1. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan *mixed methods* dengan menggabungkan survei kuantitatif dan wawancara mendalam agar dapat menggali faktor psikologis pengguna yang belum terungkap melalui data kuantitatif.
2. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena sampel didominasi oleh Generasi Z di wilayah Indonesia. Studi selanjutnya disarankan untuk melibatkan kelompok usia yang lebih beragam, atau dikhususkan untuk Generasi X atau *Baby Boomers* untuk memberikan gambaran yang lebih representatif terkait penerimaan platform *live streaming* setiap generasi.
3. Penelitian ini berfokus pada satu platform *live streaming* yaitu TikTok Live. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan penelitian dengan membandingkan penerimaan konsumen di berbagai platform *live streaming commerce* seperti Shopee Live, Lazada Live, atau Instagram Live untuk mengidentifikasi perbedaan dan persamaan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen di berbagai platform.