

**BAB V**  
**SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN**  
**PENELITIAN**

**A. Simpulan**

Simpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

1. *Performance Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat masyarakat dalam menggunakan *internet marketing*. Semakin tinggi keyakinan masyarakat bahwa penggunaan *internet marketing* akan mempermudah dalam mendapatkan keuntungan, maka semakin tinggi niat masyarakat untuk menggunakan *internet marketing*.
2. *Effort Expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat masyarakat dalam menggunakan *internet marketing*.
3. *Social Influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat masyarakat dalam menggunakan *internet marketing*.

4. *Facilitating Condition* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat masyarakat dalam menggunakan *internet marketing*. Semakin memadai fasilitas untuk menggunakan *internet marketing*, maka semakin tinggi niat masyarakat untuk menggunakan *internet marketing*.
5. *Gender* tidak memoderasi pengaruh *performance expectancy* dan *effort expectancy* terhadap niat masyarakat dalam menggunakan *internet marketing*. Tapi *gender* memoderasi pengaruh *Social Influence* terhadap niat masyarakat dalam menggunakan *internet marketing*.

## **B. Saran**

Saran yang dapat disampaikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **1. Bagi Pelaku Internet Marketing**

*Performance expectancy* dan *facilitating condition* terbukti berpengaruh signifikan terhadap

niat masyarakat dalam menggunakan *internet marketing*. Untuk meningkatkan niat masyarakat dalam menggunakan *internet marketing* maka penyedia *internet marketing* sebaiknya dapat meyakinkan masyarakat bahwa *internet marketing* mampu meningkatkan keuntungannya, penyedia *internet marketing* juga dapat mempermudah fasilitas masyarakat dalam menggunakan *internet marketing* terutama dalam hal pengetahuan cara menggunakan dan biaya.

## **2. Bagi Penelitian Selanjutnya**

Pada penelitian selanjutnya dapat digunakan metode wawancara sehingga peneliti dapat menggali informasi yang lebih mendalam dan tidak terbatas dari para pengguna *internet marketing*. Dengan menggunakan metode survei persepsi responden akan tergantung pada pemahaman butir pernyataan yang tercantum dalam kuesioner

sehingga kemungkinan dapat terjadi perbedaan persepsi.

Untuk dapat memaksimalkan hasil penelitian berikutnya, peneliti juga menyarankan untuk menambah variabel moderating seperti variabel tingkat pendidikan, variabel keterampilan IT, dan variabel usia.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini belum menjawab semua permasalahan yang diteliti akibat adanya berbagai keterbatasan, diantaranya:

1. Instrumen kuesioner penelitian ini berupa kuesioner tertutup. Jenis instrumen seperti ini tidak mampu menggali informasi tentang fenomena yang dialami oleh responden secara mendalam, karena responden cenderung dibatasi di dalam menyampaikan informasi.

2. Di dalam penelitian ini peneliti hanya fokus pada hasil kuesioner sebagai alat pengukuran variabelnya, persepsi responden tergantung pada pemahaman butir pernyataan yang tercantum dalam kuesioner sehingga kemungkinan dapat terjadi perbedaan persepsi responden dengan pengukuran yang bersifat *self reported* sehingga kemungkinan jawaban responden menjadi bias.