

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Menurut hasil dan pembahasan mengenai pengaruh Citra Perusahaan, *Perceived Benefit*, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bisnis Online di Shopee, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Minat Bisnis Online di Shopee.
- 2) Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Benefit* tidak berpengaruh terhadap Minat Bisnis Online di Shopee.
- 3) Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap Minat Bisnis Online di Shopee.
- 4) Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Perusahaan, *Perceived Benefit*, dan Kemudahan Penggunaan berpengaruh secara bersama - sama terhadap Minat Bisnis Online di Shopee.

Berdasarkan angka *coefisiensi* dan nilai t_{hitung} maka dapat diketahui bahwa faktor yang paling berpengaruh terhadap Minat Bisnis Online di Shopee adalah Kemudahan Penggunaan.

B. Saran

Hasil penelitian diharapkan dapat memberi masukan kepada mahasiswa FEB UM Metro, sebagai bahan dan informasi dalam menarik calon pebisnis baru. Jadi berdasarkan saran diatas dapat di implikasikan sebagai berikut:

- a. Tidak terdapat pengaruh pada variabel Citra Perusahaan terhadap Minat Bisnis Online di Shopee. Skor tertinggi dari responden pada indikator Citra Perusahaan yaitu kepercayaan yang artinya mahasiswa perlu menumbuhkan rasa percaya terhadap suatu aplikasi yang dapat membantu dalam membuka peluang bisnis baru.. Begitupun sebaliknya, skor terendah yang didapat dari responden yaitu indikator sikap yang berarti mahasiswa

harus lebih menyikapi secara positif dengan adanya peluang bisnis melalui aplikasi marketplace.

- b. Tidak terdapat pengaruh pada variabel *Perceived Benefit* terhadap Minat Bisnis Online di Shopee. Skor tertinggi dari responden pada indikator *Perceived Benefit* yaitu nilai fungsional artinya mahasiswa harus lebih memaksimalkan fungsi dari teknologi yang ada sehingga dapat memanfaatkannya untuk memulai bisnis. Skor terendah yang didapat dari responden yaitu indikator nilai emosional yang berarti mahasiswa perlu memahami peluang bisnis yang ada agar dapat memanfaatkannya secara maksimal.
- c. Terdapat pengaruh pada Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Bisnis Online di Shopee. Skor tertinggi dari responden pada indikator Kemudahan Penggunaan yaitu mudah digunakan artinya mahasiswa harus memanfaatkan kemudahan yang disediakan oleh suatu marketplace untuk menciptakan peluang bisnis. Skor terendah yang didapat dari responden yaitu indikator mudah dipelajari berarti seharusnya mahasiswa dapat memanfaatkan marketplace yang mudah dipelajari untuk mulai belajar membuka bisnis baru.
- d. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Perusahaan, *Perceived benefit*, dan Kemudahan Penggunaan berpengaruh secara bersama – sama terhadap Minat Bisnis Online di Shopee pada Mahasiswa Manajemen FEB UM Metro 2016. Sehingga ketiga variabel tersebut jika diuji secara bersama – sama maka akan terdapat pengaruh secara simultan.