BAB V
KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai evaluasi determinan niat penggunaan berkelanjutan *Marketplace* Shopee menggunakan pendekatan *Technology Readiness and Acceptance Model* (TRAM) pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Generasi Z dalam penelitian ini menunjukkan karakteristik sebagai pengguna teknologi yang adaptif, terbuka terhadap inovasi, serta memiliki ekspektasi tinggi terhadap manfaat dan kemudahan teknologi digital. Hal tersebut terlihat dari hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan bahwa variabel *Optimism* dan *Innovativeness* berpengaruh positif signifikan terhadap *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*. Temuan ini menunjukkan bahwa Generasi Z yang memiliki pandangan positif terhadap perkembangan teknologi serta kecenderungan untuk mencoba teknologi baru akan lebih mudah melihat Shopee sebagai *platform* yang bermanfaat dan mudah digunakan. Karakteristik Generasi Z yang terbiasa berinteraksi dengan teknologi digital membuat mereka tidak hanya menggunakan *Marketplace* sebagai media transaksi, tetapi juga sebagai bagian dari aktivitas digital sehari-hari yang menuntut kecepatan, efisiensi, dan pengalaman penggunaan yang praktis.
2. Meskipun Generasi Z dikenal sebagai generasi digital native, hasil penelitian menunjukkan bahwa kesiapan teknologi mereka tetap dipengaruhi oleh faktor psikologis berupa rasa nyaman dan tingkat kepercayaan terhadap teknologi. Hal ini dibuktikan melalui hasil pengujian bahwa *Discomfort* dan *Insecurity* memiliki pengaruh terhadap penerimaan teknologi Shopee. Pengaruh negatif pada aspek *Discomfort* menunjukkan bahwa hambatan berupa rasa tidak nyaman atau kesulitan dalam menggunakan teknologi dapat mengurangi persepsi pengguna terhadap manfaat dan kemudahan sistem. Sementara itu, aspek *Insecurity*

menunjukkan bahwa kekhawatiran terhadap keamanan transaksi, privasi data, maupun risiko penggunaan teknologi masih menjadi pertimbangan bagi Generasi Z dalam mempertahankan penggunaan *Marketplace*. Dengan demikian, kedekatan Generasi Z terhadap teknologi tidak berarti mereka menerima seluruh teknologi tanpa pertimbangan, tetapi mereka tetap mengevaluasi keamanan, kenyamanan, dan kualitas pengalaman digital yang diberikan.

3. Niat Generasi Z untuk terus menggunakan Shopee dipengaruhi oleh kemampuan *platform* dalam memberikan nilai praktis serta pengalaman penggunaan yang sesuai dengan karakteristik mereka. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif signifikan terhadap *Continuance Intention*. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z cenderung mempertahankan penggunaan Shopee ketika mereka merasakan bahwa *platform* tersebut mampu membantu aktivitas belanja menjadi lebih efektif, menghemat waktu, serta mudah dipahami tanpa membutuhkan usaha yang besar. Bagi Generasi Z yang memiliki pola perilaku cepat dan mengutamakan efisiensi, kemudahan navigasi aplikasi, fitur yang relevan, serta manfaat yang dirasakan menjadi faktor penting dalam membentuk keputusan untuk tetap menggunakan suatu *Marketplace*.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pembentukan *Continuance Intention* Generasi Z tidak hanya berasal dari kualitas teknologi, tetapi merupakan hasil kombinasi antara kesiapan individu dan penerimaan terhadap teknologi. Integrasi *Technology Readiness Index* (TRI) dan *Technology Acceptance Model* (TAM) melalui pendekatan TRAM mampu menjelaskan bahwa pengguna Generasi Z memiliki pola keputusan yang kompleks: mereka tertarik terhadap teknologi baru karena sifat inovatif dan *Optimism*e terhadap perkembangan digital, tetapi tetap mempertimbangkan aspek keamanan, kenyamanan, dan manfaat sebelum mempertahankan penggunaan suatu *platform*. Dengan demikian, keberlanjutan penggunaan Shopee pada Generasi Z Kabupaten Kuningan terbentuk melalui

keseimbangan antara karakteristik pribadi pengguna dengan kemampuan *platform* dalam menyediakan pengalaman digital yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

5. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik utama Generasi Z sebagai pengguna *Marketplace* adalah generasi yang cepat menerima inovasi namun tetap selektif dalam mempertahankan teknologi yang digunakan. Mereka tidak hanya mencari *platform* yang populer, tetapi memilih *platform* yang mampu memberikan pengalaman penggunaan yang mudah, bermanfaat, aman, dan sesuai dengan gaya hidup digital mereka. Oleh karena itu, keberhasilan *Marketplace* Shopee dalam mempertahankan pengguna Generasi Z tidak hanya bergantung pada penambahan fitur teknologi, tetapi juga pada kemampuan menciptakan pengalaman pengguna yang relevan dengan kebutuhan dan karakteristik generasi digital.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi berbagai pihak terkait, sebagai berikut:

1. Saran Praktis bagi *Marketplace* Shopee

   Shopee diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas pengalaman pengguna, khususnya pada aspek kemudahan penggunaan aplikasi dan manfaat fitur yang dirasakan pengguna. Pengembangan antarmuka aplikasi yang lebih sederhana, responsif, dan mudah dipahami dapat membantu meningkatkan *Perceived Ease of Use* pengguna Generasi Z.

   Selain itu, Shopee perlu meningkatkan aspek keamanan dan perlindungan data pengguna untuk mengurangi tingkat *Insecurity* pengguna terhadap transaksi digital. Transparansi informasi keamanan transaksi, peningkatan sistem perlindungan akun, serta edukasi keamanan digital kepada pengguna dapat membantu meningkatkan rasa percaya pengguna terhadap *platform*.

   Shopee juga disarankan untuk terus menghadirkan inovasi fitur yang relevan dengan kebutuhan Generasi Z, namun tetap memperhatikan

kenyamanan pengguna agar fitur yang dikembangkan tidak menimbulkan kesan kompleks atau membingungkan.

2. Saran bagi Pengguna *Marketplace*

   Pengguna *Marketplace*, khususnya Generasi Z, diharapkan dapat meningkatkan literasi digital dan pemahaman mengenai keamanan transaksi online agar mampu menggunakan teknologi *Marketplace* secara lebih bijak dan aman. Pengguna juga perlu lebih selektif dalam menjaga keamanan akun pribadi, seperti menggunakan verifikasi ganda serta menjaga kerahasiaan data pribadi ketika melakukan transaksi digital.

   Selain itu, pengguna diharapkan dapat memanfaatkan fitur-fitur *Marketplace* secara optimal untuk meningkatkan efektivitas aktivitas belanja online dan memperoleh manfaat yang lebih besar dari penggunaan teknologi digital.

3. Saran bagi Penelitian Selanjutnya

   Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi *Continuance Intention*, seperti *trust*, *satisfaction*, *perceived risk*, habit, ataupun *electronic word of mouth* agar diperoleh model penelitian yang lebih komprehensif.

   Selain itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas objek penelitian tidak hanya pada *Marketplace* Shopee, tetapi juga pada *Marketplace* lain seperti Tokopedia, Lazada, atau *platform e-commerce* lainnya sehingga dapat dilakukan analisis perbandingan perilaku pengguna.

   Penelitian berikutnya juga dapat dilakukan pada kelompok generasi atau wilayah geografis yang berbeda agar hasil penelitian memiliki cakupan generalisasi yang lebih luas. Penggunaan metode analisis lain selain SEM-PLS juga dapat dipertimbangkan untuk memperoleh sudut pandang analisis yang lebih beragam.

4. Saran bagi Pemangku Kebijakan di Kabupaten Kuningan

   Pemerintah daerah Kabupaten Kuningan diharapkan dapat mendukung peningkatan literasi digital masyarakat, khususnya Generasi Z dan pelaku UMKM, melalui program edukasi mengenai pemanfaatan *Marketplace*, keamanan transaksi digital, serta pemahaman terhadap penggunaan teknologi secara bijak dan produktif.

   Selain itu, diperlukan dukungan terhadap pengembangan ekosistem digital daerah melalui pelatihan pemasaran digital dan pemanfaatan *platform Marketplace* bagi masyarakat serta pelaku usaha lokal. Langkah tersebut diharapkan dapat meningkatkan kesiapan teknologi masyarakat sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi digital di Kabupaten Kuningan secara berkelanjutan.