

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Dari penelitian ini, ditemukan bahwa dari tujuh hipotesis yang telah disusun semua hipotesis diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *User interface* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *enjoyment* dengan nilai *t-value* 5,025 dan *p-value* 0,000. Kenikmatan atau kenyamanan yang dirasakan pengguna ketika menggunakan sebuah produk digital aplikasi seluler dapat ditingkatkan melalui tampilan *user interface* yang ramah pengguna seperti penyampaian kotak informasi yang jelas ketika error, penggunaan tombol pada umumnya dan penggunaan icon pada umumnya. Sehingga pengguna dapat dengan mudah memahami cara kerja sebuah aplikasi tersebut.
2. *User interface* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *timeliness* dengan nilai *t-value* 6,074 dan *p-value* 0,000. Waktu yang dihabiskan pengguna ketika menggunakan sebuah aplikasi seluler ditentukan dari seberapa mudahnya pengguna memahami informasi dan elemen visual yang ditampilkan di dalam sebuah produk digital aplikasi. Sehingga *user*

*interface* yang ramah pengguna dapat membantu pengguna dengan cepat dalam mencapai tujuan di dalam aplikasi tersebut.

3. *User interface* secara langsung memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer experience* dengan nilai  $t$ -value 5,316 dan  $p$ -value 0,000. Penggunaan *user interface* yang menarik dan ramah pengguna ketika digunakan akan memberi pengalaman pelanggan yang baik. Pelanggan akan menyukai tampilan pada aplikasi yang mereka gunakan, sehingga berpengaruh terhadap intensitas dan kebiasaan dalam penggunaan aplikasi tersebut. Secara berkelanjutan pengguna akan lebih nyaman berbelanja produk pada aplikasi Blibli.
4. *User experience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *enjoyment* dengan nilai  $t$ -value 6,641 dan  $p$ -value 0,000. Pengguna sangat merasakan pengalaman yang diberikan ketika menggunakan sebuah aplikasi seluler Blibli. *User experience* jelas menentukan tingkat kesenangan atau kenyamanan pengguna dari apa yang disediakan oleh sebuah aplikasi baik itu dari fitur, navigasi dan interaksi selama penggunaan aplikasi tersebut. Sehingga dengan adanya fitur yang sesuai kebutuhan, navigasi yang mudah dan interaksi yang baik serta menarik akan

meningkatkan kenikmatan bagi pengguna ketika menggunakan aplikasi seluler Blibli.

5. *User experience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *timeliness* dengan nilai 4,124 dan *p-value* 0,000. Waktu yang dibutuhkan pengguna untuk pindah dan terlibat dengan objek interaktif di sebuah aplikasi adalah metrik penting. Penggunaan *user experience* dengan menyediakan cara yang sama seperti semua aplikasi seluler sejenis terutama mengacu pada aplikasi yang banyak digunakan oleh pengguna pada umumnya akan memberikan efek positif terhadap waktu yang dihabiskan oleh *user*. Ketika membuat sebuah perubahan, minimalkan perselisihan dengan memberdayakan pengguna terus menggunakan versi yang familiar untuk waktu yang terbatas. Sehingga *user experience* pada aplikasi akan berjalan optimal dan efisien ketika digunakan, Sehingga pengguna tidak perlu memahami terlebih dahulu cara kerja aplikasi secara rinci.
6. *User experience* secara langsung memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer experience* dengan nilai *t-value* 7,447 dan *p-value* 0,000. Menyederhanakan proses didalam sebuah aplikasi seluler berpengaruh terhadap pengalaman pelanggan menjadi lebih tidak rumit. Pelanggan selalu memiliki harapan yang berkembang selama menggunakan aplikasi, dengan

penyesuaian fitur yang lengkap dan sesuai, navigasi yang mudah digunakan dan interaksi yang jelas dan menarik akan menjadikan *customer journey* yang baik untuk pengalaman pelanggan.

7. *Customer experience* secara keseluruhan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to visit* dengan nilai *t-value*  $47,403 > 1,96$  dan *p-value* 0,000. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu dimana *customer experience* mempunyai pengaruh signifikan terhadap *intention to visit*. Hal ini dapat terjadi karena dengan semakin baik *customer journey* maka semakin tinggi pula *intention to visit* yang dilakukan oleh seorang konsumen. Pengalaman pelanggan yang baik menjadi alasan seorang konsumen untuk mau mengunjungi kembali aplikasi Blibli. Dengan kata lain konsumen sudah merasa nyaman dan puas sehingga ada keinginan untuk kembali mengunjungi aplikasi tersebut dan juga merekomendasikannya kepada orang lain.

## 5.2 Saran

Hasil dari pembahasan dan kesimpulan yang telah dibuat dalam penelitian ini, peneliti memberikan saran berupa saran akademis dan saran manajerial. Saran ini diharapkan dapat digunakan untuk mengembangkan penelitian lebih lanjut dan menjadi pembelajaran bagi industri *e-commerce* di Indonesia.

### 5.2.1 Saran Akademis

Bagi para peneliti selanjutnya, berdasarkan penelitian ini penulis memberikan saran untuk melanjutkan penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Penelitian ini fokus kepada aplikasi platform *e-commerce*. Cepatnya perkembangan teknologi berbelanja saat ini, maka kedepannya peneliti lain dapat mengeksplor jenis *e-commerce* baru seperti Tiktok Shop ataupun channel lain yang sedang *tren*.
2. Peneliti selanjutnya dapat meneliti aplikasi industri lainnya, agar dapat memberikan perspektif lain.
3. Penelitian lebih lanjut dapat meneliti variabel lain yang belum diteliti dari penelitian ini, seperti *repurchase intention*, *purchase behavior*, *brand trust* dan lainnya

### 5.2.2 Saran Manajerial

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan saran Manajerial untuk Blibli, yakni sebagai berikut:

1. Blibli dapat meningkatkan kualitas *user interface* secara berkala pada aplikasinya untuk dapat memberikan kenyamanan yang sesuai bagi penggunaanya di sistem operasi Android maupun iOS. Pengembang aplikasi Blibli baiknya terus mempelajari kebiasaan dan kebutuhan para

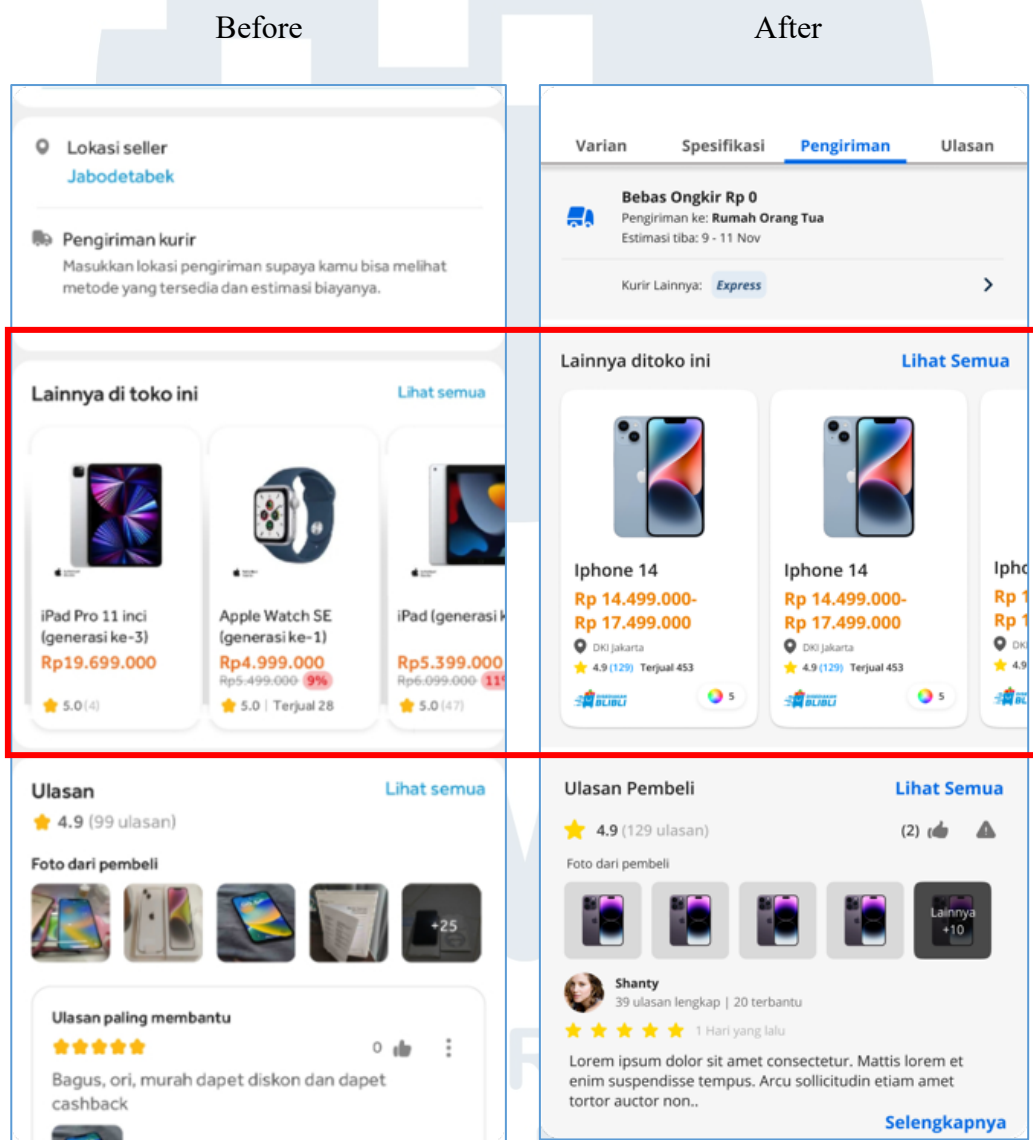
penggunanya agar dapat terus menghadirkan *user interface* aplikasi *e-commerce* yang nyaman dan menyenangkan untuk dipakai secara aktif dan rutin. Terlebih saat ini Blibli sudah memulai IPOnya, maka baiknya Blibli dapat mengalokasikan dana lebih dalam pengembangan aplikasinya.

2. Blibli mampu menciptakan *user experience* yang mudah dan sesuai dengan pengguna pada umumnya sehingga pengguna dapat dengan mudah menggunakan aplikasi, Blibli dapat menjadi pilihan aplikasi utama untuk berbelanja karena telah membangun pengalaman pengguna yang nyaman dengan aplikasinya bukan hanya karena sekedar promosi saja.
3. Blibli dapat memonitoring *customer experience* brand mereka secara reguler, sehingga dapat terus berinovasi agar bisa terus menggaet pengguna baru dan *existing customer* bisa menjadi pengguna loyal aplikasi Blibli.
4. Penulis sebagai seorang profesional di bidang UI/UX Design dan peneliti untuk aplikasi Blibli, maka penulis memberikan saran berupa rekomendasi tampilan desain yang mengacu pada temuan uji hipotesis, yakni sebagai berikut:

#### **5.2.2.1 User Interface berpengaruh terhadap *Timeliness*:**

Berdasarkan hasil temuan pada uji hipotesis penelitian ini. Waktu yang dihabiskan pengguna ketika menggunakan sebuah aplikasi seluler ditentukan

dari seberapa mudahnya pengguna memahami informasi dan elemen visual yang ditampilkan di dalam sebuah produk digital aplikasi. Peneliti membuat *re-design* pada tampilan di halaman produk resmi dari Blibli, yaitu sebagai berikut:



Gambar 5.1: Re-design User Interface berpengaruh terhadap Timeliness

Sumber: Blibli.com & Olahan Data Peneliti (2022)

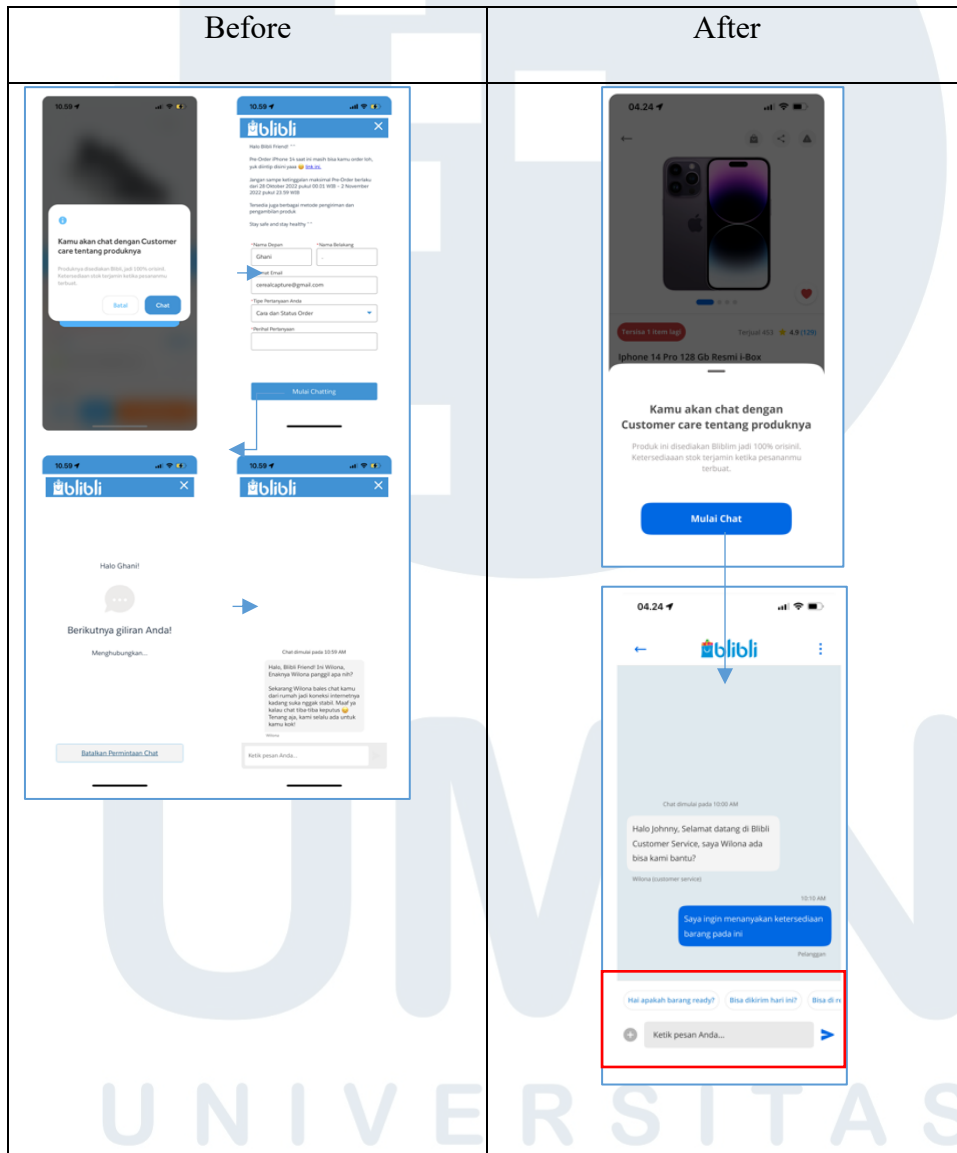
Pada tampilan halaman ini peneliti menambahkan informasi pada daftar produk lainnya. Peneliti mendesain ulang pada bagian card produk dengan menambahkan informasi visual terkait kisaran harga yang tersedia, informasi lokasi yang tersedia, pilihan warna yang tersedia dan informasi logo toko resmi Blibli. Tampilan baru bertujuan untuk memudahkan pengguna ketika ingin melihat produk lain dengan menerima informasi utama secara menyeluruh tanpa harus membuka detailnya. Dengan adanya informasi desain tersebut sebagai diharapkan dapat meminimalisir waktu pengguna dalam mencari informasi pada produk lainnya disatu halaman yang sama.

#### **5.2.2.2 User Experience berpengaruh terhadap *Timeliness*:**

Berdasarkan hasil temuan pada uji hipotesis penelitian ini. Aplikasi seluler yang mudah digunakan, nyaman dan menyediakan kustomisasi yang baik akan mengurangi lamanya pengguna menghabiskan waktu di aplikasi, yang pada gilirannya mempengaruhi pengalaman pelanggan yang positif. Waktu yang dibutuhkan pengguna untuk pindah dan terlibat dengan objek interaktif di sebuah aplikasi adalah metrik penting maka dari itu peneliti membuat desain



ulang pada tahapan pengguna ketika menggunakan fitur pesan/ chat pada halaman produk resmi Blibli, yaitu sebagai berikut:



Gambar 5.2: Re-design User Experience berpengaruh terhadap Timeliness

Sumber: Blibli.com & Olahan Data Peneliti (2022)

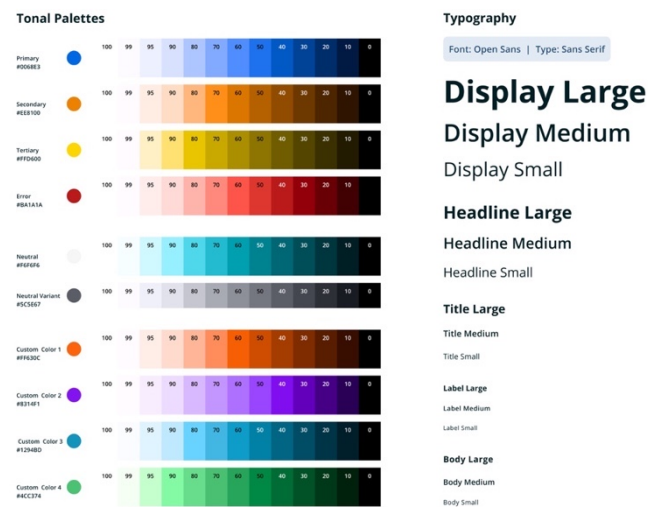
Pada tampilan ini peneliti membuat ulang *userflow* dengan meminimalisir tahapan pengguna hanya dengan satu tahapan tanpa harus mengisi formulir data diri terlebih dahulu, dengan begitu pengguna dapat dengan cepat mencapai tujuannya yaitu mengirimkan pesan kepada *seller*. Selanjutnya peneliti juga menambahkan *canned message* atau pesan *template* dalam fitur chat pada halaman produk. Dengan ini pengguna tidak perlu menghabiskan waktu untuk mengetik pesan yang sering ditanyakan pada umumnya yaitu seperti: “Hai, apakah barang ini ready?”, “Apakah bisa dikirim hari ini?”, “Bisa di *refund*?” dan sebagainya. Pengguna hanya perlu sekali klik dan bisa berkomunikasi dengan seller secara lebih praktis.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA

### 5.2.2.3 Identitas visual re-design tampilan aplikasi Blibli

Peneliti menggambarkan *visual identity* secara konsisten untuk membangun *brand identity* pada aplikasi Blibli yang berisikan standar kode warna dan penggunaan tipografi didalam aplikasi.



Gambar 5.3 Visual Identity

Sumber: Olahan Data Peneliti (2022)

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA

NUSANTARA