

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Sesuai dengan hasil penelitian serta analisis dengan menggunakan metode SEM-PLS memiliki tujuan untuk melihat pengaruh dari *Perceived Aesthetic*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Information Quality*, *Customer Satisfaction*, dan *Behavioral Intention* pada fitur *Virtual Try On* MAKE OVER. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan pada hasil penelitian sebagai berikut:

1. *Perceived Aesthetic* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*. Hasil tersebut dapat dilihat melalui *p-value* (0.002) lebih kecil dari *p-value* (0.05). Dapat disimpulkan pada frekuensi hasil survey, dimana mayoritas menjawab “Setuju” dengan tampilan estetika pada fitur *Virtual Try On* MAKE OVER, mayoritas pada responden juga setuju tampilan menarik secara visual, terorganisir dengan baik, dan memiliki tampilan yang jelas.
2. *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*. Hasil tersebut dapat dilihat melalui *p-value* (0.017) lebih kecil dari *p-value* (0.05). Dapat disimpulkan pada frekuensi hasil survey, dimana mayoritas menjawab “Setuju” dengan kemudahan dalam menggunakan fitur *Virtual Try On* MAKE OVER, mayoritas responden juga setuju mengenai fitur tersebut tergolong *user friendly*.
3. *Perceived Information Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*. Hasil tersebut dapat dilihat melalui *p-value* (0.004) lebih kecil dari *p-value* (0.05). Dapat disimpulkan pada frekuensi hasil survey, dimana mayoritas menjawab “Setuju” dengan kualitas informasi yang diberikan kepada para pengguna, mayoritas responden setuju menganggap fitur *Virtual Try-on* memberikan informasi jelas dan terupdate melalui *website* yang tertera pada MAKE OVER.

4. *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*. Hasil tersebut dapat dilihat melalui *p-value* (0.000) lebih kecil dari *p-value* (0.05). Dapat disimpulkan pada frekuensi hasil survey, dimana mayoritas menjawab “Setuju” dengan kepuasan pengguna dalam menggunakan fitur pada maka menjadikan keinginan niat perilaku para pengguna dalam membeli suatu produk. Mayoritas responden merasa fitur Virtual Try-on MAKE OVER sangat bermanfaat untuk mencoba produk tanpa harus ke toko offline.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang peneliti bisa berikan kepada perusahaan serta juga bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian fenomena dan topik yang sama. Tujuan dari saran ini yaitu, agar hasil dari penelitian ini bisa dilakukan secara luas dan mendalam.

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Melalui hasil penelitian yang penulis telah lakukan, peneliti memiliki beberapa saran bagi MAKE OVER, yaitu:

1. Peneliti menyarankan melakukan investasi secara berkelanjutan pada teknologi AR (*Augmented Reality*) ke ranah yang lebih canggih. Fokus ini tertuju pada akurasi warna serta tekstur yang tergolong natural di berbagai kondisi pencahayaan serta jenis kulit. Ini menjadi hal penting dalam melampaui ekspektasi para pengguna.
2. Peneliti menyarankan permudah pelanggan untuk langsung menambahkan produk dari *Virtual Try On* ke dalam keranjang belanja.
3. Peneliti menyarankan memberikan kemudahan bagi para pengguna untuk menyimpan hasil *Virtual Try On* para pengguna untuk membagikannya ke sosial media secara langsung. Hal ini bisa melibatkan para pengguna untuk melakukan kampanye *hashtag brand*.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Terdapat saran bagi peneliti yang akan melakukan penelitian terkait dengan topik atau fenomena yang sama. Seperti:

1. Penelitian ini hanya menguji 5 variabel, yaitu 3 variabel independent, dan 2 variabel dependent. berikut merupakan variabel yang digunakan adalah *Perceived Aesthetic*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Information Quality*, *Customer Satisfaction*, dan *Behavioral Intention*. Peneliti disini mengharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk menjangkau penelitian secara luas dan mendalam menggunakan variabel lain selain yang sudah diuji pada penelitian ini.

