

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Blibli.com merupakan sebuah e-commerce yang berbasis *mobile*. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai jenis transaksi *online*, termasuk pembelian produk-produk fisik seperti pakaian, elektronik, peralatan rumah tangga, perlengkapan olahraga, dan banyak lagi. Dalam penerapannya, aplikasi ini masih memiliki beberapa kendala yang dirasakan oleh pengguna sebagai subjek dalam skripsi ini. Oleh karena itu skripsi ini bertujuan untuk melakukan evaluasi pengalaman pengguna aplikasi mobile blibli.com menggunakan metode User Experience Questionnaire (UEQ). Adapun hasil skripsi yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dalam skripsi ini, metode UEQ memproses pengukuran pengalaman pengguna berdasarkan dua tahapan diantaranya yaitu 1) uji kualitas data meliputi uji reabilitas data dan inkonsistensi data, dan interval kepercayaan 2) analisis statistik deskriptif menggunakan metode UEQ meliputi persebaran jawaban responden, transformasi data, perhitungan nilai mean, Perhitungan nilai varians dan standar deviasi, perhitungan, dan perhitungan nilai benchmark.
2. Hasil pengukuran pengalaman pengguna pada aplikasi mobile blibli.com ditunjukkan melalui nilai mean dari tiap skala, diantaranya yaitu skala daya tarik (-0.58), skala kejelasan (0.01), skala efisiensi

(1.11), skala ketepatan (0.11), skala stimulasi (-0.13), dan skala kebaruan (-0.75).

3. Setelah memperoleh hasil mean, maka digunakan untuk perbandingan nilai benchmark. Nilai benchmark pada aplikasi mobile blibli.com menunjukkan hasil kelima skala (daya tarik, kejelasan, ketepatan, stimulasi, kebaruan) memiliki hasil perbandingan benchmark yaitu *bad/buruk*, sedangkan skala efisiensi memiliki nilai *above average*. Hal ini mengindikasikan bahwa aplikasi mobile blibli.com dinilai buruk oleh responden dalam hal daya tarik, kejelasan, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan).

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu sebagai berikut :

1. Bagi pihak blibli.com dapat mempertahankan nilai efisiensi dalam penerapan aplikasi ini, dikarenakan skala efisiensi pada aplikasi mobile blibli.com memperoleh hasil yang baik yaitu di atas rata-rata pada nilai benchmark.
2. Bagi pihak blibli.com disarankan untuk melakukan perbaikan pada skala daya tarik, kejelasan, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan. Pada skala daya tarik disarankan untuk memperbaiki desain antar muka aplikasi terutama pada bagian dashboard, pada skala kejelasan disarankan untuk menambahkan fitur video pada ulasan pembelian maupun pada detail produk yang dijual, pada skala ketepatan disarankan

untuk melakukan analisis *customer relationship* yang digunakan untuk memberikan rekomendasi produk pada masing-masing *user* sesuai dengan karakteristik *user*, pada skala stimulasi disarankan untuk menambahkan fitur game dengan memberikan *reward voucher* diskon, gratis ongkir sesuai dengan jangka waktu yang dimaikan oleh *user* hal ini dapat digunakan untuk meningkatkan engagement *user* dan aplikasi, pada skala kebaruan disarankan untuk menambahkan fitur “try before you buy” dengan teknologi AR untuk meningkatkan pengalaman pengguna.

3. Untuk penelitian selanjutnya saran yang diberikan peneliti yaitu adanya penelitian terkait perbandingan evaluasi pengalaman pengguna aplikasi mobile blibli.com terhadap aplikasi e-commerce sejenis ataupun memperluas cakupan geografis untuk melihat apakah hasil yang serupa dapat ditemukan di kota-kota lain. Kedepannya, dapat dilakukan evaluasi yang menggunakan teori UX lainnya yang bisa digunakan. Misalnya dengan menggunakan metode yang menjadikan penggunaan *evaluator expert* seperti metode *heuristic evaluation* untuk mengetahui persamaan atau perbedaan hasil yang didapatkan, ataupun menggunakan metode UX *Honeycomb* yang memiliki 7 aspek menggali lebih dalam tentang pengalaman yang dirasakan pengguna saat berinteraksi dengan sebuah produk.