

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian skripsi ini, pengalaman menggunakan fitur Artificial Intelligence (AI) pada aplikasi Shopee berpengaruh signifikan terhadap semua variabel dalam model TAM yang telah dimodifikasi, yaitu persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, kepercayaan, kepuasan, adopsi, dan loyalitas kalangan muda. Pengalaman AI terbukti memperkuat kepercayaan dan pengalaman pengguna, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas mereka terhadap Shopee. Temuan ini menegaskan bahwa optimalisasi fitur AI menjadi strategi penting untuk meningkatkan pengalaman dan loyalitas pengguna muda di e-commerce Shopee.

5.2 Saran

Pertama, bagi pengembang aplikasi Shopee, disarankan untuk terus mengembangkan fitur-fitur Artificial Intelligence (AI) yang intuitif, personal, dan mudah digunakan guna meningkatkan pengalaman pengguna. Kedua, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan kelompok usia yang lebih beragam atau membandingkan dengan platform e-commerce lainnya agar hasil penelitian lebih komprehensif. Ketiga, bagi tim pemasaran Shopee, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk memperkuat strategi promosi dengan menonjolkan keunggulan fitur AI seperti rekomendasi produk, chatbot cerdas, dan pencarian berbasis AI yang diminati kalangan muda. Terakhir, secara akademik, penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk pengembangan model TAM yang lebih kompleks dengan menambahkan variabel lain seperti *perceived enjoyment*, *trust in AI*, atau *data privacy concern*, guna menjawab tantangan adopsi teknologi berbasis AI di masa depan.