

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan metode PLS mengenai pengaruh *AI-personalized recommendation*, *AI chatbot service*, dan *AR virtual try-on* terhadap *purchase decision* Generasi Z pada platform *e-commerce* Shopee di Kota Surabaya, serta berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada variabel pertama, hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik *AI-personalized recommendation*, maka semakin tinggi (meningkat) *purchase decision* Generasi Z pada platform *e-commerce* Shopee di Kota Surabaya.
2. Kemudian pada variabel kedua, hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik *AI chatbot service*, maka semakin meningkatkan *purchase decision* Generasi Z pada platform *e-commerce* Shopee di Kota Surabaya.
3. Terakhir, pada variabel ketiga menunjukkan hasil penelitian bahwa semakin baik *AR virtual try-on* maka semakin meningkat pula *purchase decision* Generasi Z pada platform *e-commerce* Shopee di Kota Surabaya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak terkait maupun penelitian selanjutnya. Adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak Shopee, disarankan untuk terus meningkatkan kualitas fitur *AI-personalized recommendation* dengan mengoptimalkan algoritma rekomendasi agar mampu memberikan rekomendasi produk yang relevan dengan kebutuhan pengguna. Sementara itu, *seller* Shopee disarankan untuk memperbanyak konten *video campaign* pada akun usaha maupun melalui afiliator agar produk lebih mudah dikenali algoritma *AI-personalized recommendation*.
2. Bagi pihak Shopee, disarankan untuk terus meningkatkan kualitas layanan *AI chatbot service*, terutama pada aspek ketersediaan layanan dan kecepatan respons. Di sisi lain, *seller* Shopee diharapkan lebih mengaktifkan *AI chatbot service* untuk memberikan respons yang cepat dan informatif kepada konsumen, sehingga dapat mendorong keputusan pembelian.
3. Bagi pihak Shopee, disarankan untuk terus mengembangkan fitur *AR virtual try-on*, khususnya pada aspek *visual accuracy*, agar visualisasi produk semakin realistis dan sesuai dengan kondisi sebenarnya. Selain itu, *seller* Shopee diharapkan mengaktifkan fitur *AR virtual try-on* pada produk yang mendukung agar konsumen memperoleh pengalaman mencoba produk secara virtual, sehingga meningkatkan kepercayaan dan mempercepat pengambilan keputusan pembelian.
4. **Bagi peneliti selanjutnya**, disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan responden dari wilayah lain, kelompok usia yang berbeda, maupun platform *e-commerce* selain Shopee agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik.