

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Dari ke-6 dimensi UES, dimensi *Aesthetic Appeal* memiliki pengaruh dalam keterlibatan pengguna saat menggunakan aplikasi Shopee. Hal tersebut dilihat pada tabel 4.8, dimana dimensi AE memiliki jumlah tinggi dibandingkan dimensi yang lain. Jumlah dimensi AE dalam perhitungan *sum scale* mencapai 5530, 81,62% atau responden “sangat setuju” dengan seluruh pernyataan yang ada didalam dimensi tersebut yang berarti pengguna sangat setuju jika Shopee terasa atraktif, menarik secara estetik, pengguna suka dengan grafik dan tampilan, menarik perhatian dengan *visualnya*, dan memiliki tata letak dan tampilan *layout* yang menarik secara *visual*.
2. Peneliti melakukan analisis setiap dimensi, untuk mengetahui tingkat jawaban yang memiliki jumlah tertinggi dari seluruh pernyataan dalam dimensi. Pada dimensi *Aesthetic Appeal* responden memilih “Setuju” dengan presentase 50,47%, dimensi *endurability* responden memilih “Setuju” dengan presentase 45,90%, dimensi *focused attention* responden memilih “Sangat Tidak Setuju” dengan presentase 25,56%, dimensi *felt involvement* responden memilih “Setuju” dengan presentase 45,75%, dimensi *novelty* responden memilih “Setuju” dengan presentase 45,01%, dan dimensi *perceived usability* responden memilih “Sangat Tidak Setuju” dengan presentase 35,58%.

B. Saran

Terdapat beberapa saran yang di dapatkan dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Peneliti berharap penelitian ini memberikan pengetahuan kepada pengguna tentang keterlibatan mereka pada aplikasi Shopee.
2. Pembaca mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini yang berkaitan dengan aplikasi Shopee.