

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pengalaman pengguna menggunakan metode *User Experience Questionnaire Plus* (UEQ+) dan analisis statistik menggunakan *Wilcoxon Signed Rank Test*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil analisis pada aspek pragmatis, platform Shopee memperoleh penilaian yang lebih tinggi dibandingkan Lazada pada seluruh dimensi yang terdiri atas *Efficiency* ($1,69 > 1,33$), *Perspiciuity* ($1,97 > 1,44$), *Dependability* ($1,45 > 1,29$), dan *Usefulness* ($1,95 > 1,58$). Hasil uji *Wilcoxon* juga menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada dimensi *Efficiency*, *Perspiciuity*, dan *Usefulness*, sedangkan pada dimensi *Dependability* tidak ditemukan perbedaan yang signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa pengguna menilai Shopee lebih mampu mendukung pencapaian tujuan penggunaan secara efektif, efisien, mudah dipahami, serta memberikan manfaat yang lebih baik dibandingkan Lazada, sementara tingkat keandalan kedua platform dinilai relatif setara.
2. Berdasarkan hasil analisis pada aspek hedonis, platform Shopee juga memperoleh penilaian yang lebih tinggi dibandingkan Lazada pada kedua dimensi, yaitu *Stimulation* ($1,68 > 1,20$) dan *Novelty* ($1,66 > 1,34$). Hasil uji *Wilcoxon* menunjukkan bahwa kedua dimensi tersebut memiliki

perbedaan yang signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa Shopee dinilai lebih mampu memberikan pengalaman penggunaan yang menarik, menyenangkan, serta menghadirkan kesan inovatif dibandingkan Lazada.

3. Secara keseluruhan, hasil analisis menggunakan metode UEQ+ kedua platform sama-sama memperoleh penilaian positif pada seluruh dimensi UEQ+, sehingga keduanya mampu memberikan pengalaman pengguna yang baik, namun berdasarkan hasil perbandingan deskriptif dan uji statistik, Shopee menunjukkan pengalaman pengguna yang lebih baik. Hasil tersebut diperkuat oleh analisis statistik yang menunjukkan adanya perbedaan signifikan pada lima dari enam dimensi yang diukur, yaitu *Efficiency*, *Perspiciuity*, *Usefulness*, *Stimulation*, dan *Novelty*, sedangkan *Dependability* tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Dengan demikian, berdasarkan persepsi responden dalam penelitian ini, Shopee memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik dibandingkan Lazada pada sebagian besar dimensi pengalaman pengguna yang diukur menggunakan metode UEQ+. Meskipun Shopee mampu memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik dibandingkan Lazada, hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *Dependability* memperoleh nilai rata-rata (*mean*) terendah sebesar 1,45. Temuan ini mengindikasikan bahwa masih terdapat ruang untuk meningkatkan aspek keandalan sistem, konsistensi penggunaan, serta rasa aman pengguna agar kualitas pengalaman pengguna dapat semakin optimal. Sementara itu, pada

platform Lazada, dimensi *Stimulation* memperoleh nilai rata-rata (*mean*) terendah sebesar 1,20. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun Lazada memperoleh penilaian positif pada seluruh dimensi UEQ+, platform ini masih perlu meningkatkan aspek yang berkaitan dengan kemampuan aplikasi dalam memberikan pengalaman yang lebih menarik, menyenangkan, dan mampu mempertahankan keterlibatan pengguna selama proses penggunaan. Peningkatan pada aspek tersebut diharapkan dapat memperkuat pengalaman pengguna serta meningkatkan daya saing platform di tengah persaingan *marketplace* yang semakin kompetitif.



5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diperoleh, terdapat beberapa saran yang diharapkan menjadi masukan bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan kajian mengenai pengalaman pengguna (*User experience*) pada platform *marketplace*. Adapun saran yang diberikan sebagai berikut.

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengombinasikan metode *User Experience Questionnaire Plus* (UEQ+) dengan pendekatan kualitatif, seperti wawancara mendalam (*in-depth interview*) atau *Focus Group Discussion* (FGD). Pendekatan tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengalaman pengguna, tidak hanya berdasarkan persepsi yang diperoleh melalui kuesioner, tetapi juga mampu mengidentifikasi faktor-faktor yang melatarbelakangi perbedaan pengalaman pengguna pada setiap platform yang diteliti.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan objek penelitian dengan melibatkan lebih banyak platform *marketplace*, seperti Tokopedia, Blibli, TikTok Shop, maupun platform lainnya. Perluasan objek penelitian diharapkan dapat menghasilkan analisis komparatif yang lebih komprehensif sehingga mampu memberikan gambaran yang lebih luas mengenai kualitas pengalaman pengguna pada berbagai platform *marketplace*.
3. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk melibatkan responden dengan karakteristik yang lebih beragam, baik berdasarkan kelompok

usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, wilayah domisili, maupun intensitas penggunaan aplikasi *marketplace*. Karakteristik responden yang lebih bervariasi diharapkan dapat menghasilkan temuan yang lebih representatif serta meningkatkan tingkat generalisasi hasil penelitian terhadap populasi pengguna *marketplace*.

