

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan kepada hasil analisa yang telah dilakukan dalam penelitian “Pengaruh Kualitas Desain Antarmuka Aplikasi *E-Commerce* Terhadap Minat Beli Konsumen”, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh dimensi – dimensi desain antarmuka secara simultan atau secara keseluruhan terhadap minat beli konsumen masyarakat pengguna aktif *e-commerce* khususnya pada aplikasi shopee, secara keseluruhan mempengaruhi minat beli konsumen sebesar 89,5% dan sisanya 10,5% pengaruh dari faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini. Dimensi – dimensi tersebut cukup berpengaruh besar dan perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk pengembangan dan melengkapi apa yang sudah diteliti lebih luas lagi.
2. Dimensi *Control and Affordance* memiliki besaran nilai pengaruh secara parsial yang paling tinggi diantara empat dimensi lain, yaitu dengan besaran pengaruh 35,1%. Hal ini menunjukkan jika aplikasi shopee memiliki kualitas *control* dan jangkauan yang baik sehingga membuat pengguna merasa tertarik dan nyaman dalam menggunakan aplikasi shopee. Maka dari itu, kualitas dimensi *Control and Affordance* adalah hal yang paling utama yang harus diperhatikan dalam membangun *user interface* sebuah aplikasi.
3. Dimensi lain secara berurutan yang juga memiliki pengaruh yang besar dalam keberhasilan desain *user interface* dalam aplikasi yaitu, *Imagery* yang memiliki besaran pengaruh 21,7%, kemudian Tipografi sebesar 21,5%, lalu Warna yaitu sebesar 16% dan yang terakhir adalah *Layout* dengan besaran pengaruh 15,8%. Besaran pengaruh tiap dimensi diatas menggambarkan bahwa kualitas desain aplikasi shopee, kurang berpengaruh atau kurang baik dalam segi *layout* dan warna sehingga hanya memiliki pengaruh yang cukup kecil dibandingkan dengan *imagery* dan tipografi yang berada diatas 20%.

5.2 Saran

Adapun saran – saran yang peneliti berikan setelah melakukan penelitian dari masalah ini adalah :

1. Peneliti sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi, berharap dalam proses pekerjaan *Marketing Communication* khususnya dalam segi *visual design* yang berlandaskan kepada era *new media*, kedepannya dapat memanfaatkan media dan membangun komunikasi visual yang lebih baik lagi.
2. Untuk peneliti selanjutnya diharap dapat lebih menyempurnakan lagi untuk daftar pernyataan – pernyataan yang akan disampaikan dalam kuesioner yang digunakan dalam penelitian agar data yang didapatkan nantinya memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang lebih tinggi.
3. Penelitian selanjutnya diharap dapat menambahkan variabel lain yang mempengaruhi minat beli konsumen.

