

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis mengenai pengaruh *Augmented Reality* terhadap Perilaku Belanja Online melalui *Perceived Enjoyment* dengan dilakukan survei kepada konsumen Azarine Official, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis deskriptif yang telah dibahas sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai variabel *Augmented Reality*, yang mencakup lima indikator pada Shopee Azarine Official, berada dalam kategori “Baik”. Hal ini menunjukkan bahwa implementasi teknologi *Augmented Reality* di platform *e-commerce*, seperti Shopee Azarine Official, telah diterima dengan baik oleh konsumen, meningkatkan kualitas pengalaman belanja mereka, serta memperkuat persepsi positif terhadap kegunaan dan kenikmatan penggunaan teknologi tersebut. Indikator dengan persentase tertinggi adalah *Enjoyment*, sementara indikator dengan persentase terendah adalah *Purchase Intention*.
2. Berdasarkan analisis deskriptif yang telah dibahas sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai variabel Perilaku Belanja Online yang mencakup lima indikator pada Shopee Azarine Official, berada dalam kategori “Cukup Baik”. Hal ini menunjukkan

performa yang solid dalam perilaku belanja online, menunjukkan bahwa Shopee Azarine Official berhasil menarik dan mempertahankan minat konsumen dengan menawarkan pengalaman belanja yang memadai. Indikator dengan persentase tertinggi adalah *Duration*, sementara indikator dengan persentase terendah adalah *Loyalty on Online Purchase*.

3. Berdasarkan analisis deskriptif yang telah dibahas sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai variabel *Perceived Enjoyment*, yang mencakup empat indikator pada Shopee Azarine Official, berada dalam kategori “Baik”. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna Shopee, dalam konteks pembelian produk Azarine, merasakan tingkat kepuasan yang cukup tinggi terkait pengalaman bertransaksi mereka. Kemudahan dalam menggunakan platform, tampilan situs yang menarik, serta kenyamanan dan kesenangan yang dirasakan selama proses transaksi berperan penting dalam menciptakan persepsi positif ini. Indikator dengan persentase tertinggi adalah Kemudahan Bertransaksi, sementara indikator dengan persentase terendah adalah Kenyamanan Bertransaksi.
4. Berdasarkan hasil analisis verifikatif, teknologi *Augmented Reality* terbukti memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku belanja online konsumen. Penggunaan *Augmented Reality* dalam platform *e-commerce*, seperti fitur pada Shopee Azarine, mampu menciptakan pengalaman yang lebih imersif dan interaktif bagi konsumen. Hal ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan konsumen dengan produk, tetapi juga mempengaruhi keputusan mereka untuk melakukan pembelian. Hasil pengujian

menunjukkan bahwa konsumen yang berinteraksi dengan fitur *Augmented Reality* cenderung merasa lebih yakin dalam memilih produk, karena mereka dapat memvisualisasikan produk secara lebih realistis sebelum melakukan transaksi. Selain itu, pengalaman yang dihadirkan oleh *Augmented Reality* juga meningkatkan rasa senang dan kenyamanan selama proses belanja, yang pada gilirannya memperkuat niat mereka untuk berbelanja.

5. Berdasarkan hasil analisis verifikatif, teknologi *Augmented Reality* terbukti memiliki pengaruh langsung terhadap *Perceived Enjoyment* atau persepsi kesenangan konsumen dalam berbelanja online. Penggunaan *Augmented Reality*, seperti fitur yang diterapkan di Shopee Azarine, memberikan pengalaman yang lebih menarik dan menyenangkan bagi konsumen. Hasil pengujian menunjukkan bahwa interaksi dengan fitur *Augmented Reality* meningkatkan tingkat kesenangan yang dirasakan oleh konsumen selama proses belanja. Ketika konsumen dapat melihat dan mencoba produk secara virtual sebelum melakukan pembelian, mereka merasa lebih terhibur dan terlibat dalam pengalaman belanja. Sensasi ini tidak hanya membuat proses belanja lebih nyaman dan menyenangkan tetapi juga meningkatkan daya tarik platform *e-commerce* itu sendiri.
6. Berdasarkan hasil analisis verifikatif, *Perceived Enjoyment* konsumen memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku belanja online. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kesenangan yang dirasakan konsumen saat berbelanja di platform Shopee Azarine Official,

semakin besar kemungkinan mereka untuk terlibat dalam perilaku belanja yang positif, seperti meningkatkan frekuensi dan jumlah pembelian. Ketika konsumen menikmati pengalaman belanja, mereka cenderung lebih puas dan merasa termotivasi untuk kembali menggunakan platform *e-commerce* yang sama.

7. Berdasarkan hasil analisis verifikatif, teknologi *Augmented Reality* memiliki pengaruh terhadap perilaku belanja online konsumen, yang dimediasi oleh *Perceived Enjoyment*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa penggunaan *Augmented Reality* dalam *e-commerce*, seperti fitur di Shopee Azarine, tidak hanya secara langsung memengaruhi perilaku belanja, tetapi juga meningkatkan kesenangan dan kenyamanan konsumen selama proses belanja. Kesenangan ini, pada gilirannya, memperkuat pengaruh *Augmented Reality* terhadap perilaku belanja.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan di atas mengenai Pengaruh *Augmented Reality* terhadap Perilaku Belanja Online melalui *Perceived Enjoyment* Sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Konsumen Azarine Official), maka Peneliti memberikan beberapa saran yang dapat digunakan untuk membantu keberlangsungan bisnis Azarine Official adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan tanggapan responden mengenai *Augmented Reality* pada platform Shopee Azarine Official, pada indikator *Purchase Intention* memiliki nilai yang paling rendah dibandingkan dengan indikator lainnya. Hal ini disebabkan oleh ketidakpuasan konsumen terhadap teknologi

Augmented Reality yang dianggap belum sepenuhnya membantu dalam memilih warna lipstik yang akan dibeli. Masalah ini terutama muncul karena warna yang ditampilkan pada fitur *virtual try-on* tidak begitu akurat atau tidak sepenuhnya mencerminkan warna asli produk. Maka peneliti menyarankan diperlukan strategi yang lebih efektif untuk mendorong niat beli melalui *Augmented Reality*. Ini bisa mencakup pengoptimalan visualisasi produk, atau peningkatan interaktivitas. Selain itu, peningkatan edukasi konsumen mengenai manfaat dan cara penggunaan fitur *Virtual Try-On* yang berbasis teknologi *Augmented Reality* ini bisa membantu meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan dalam memanfaatkan teknologi ini untuk keputusan pembelian.

2. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Perilaku Belanja Online pada platform Shopee Azarine Official, pada indikator *Loyalty on Online Purchase* memiliki nilai yang paling rendah dibandingkan dengan indikator lainnya. Peneliti memiliki saran agar Azarine Official membuat strategi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan yang mencakup pengenalan program loyalitas, penawaran eksklusif, atau peningkatan layanan purna jual yang lebih personal dan responsif. Strategi tersebut dapat dilakukan dengan cara menyediakan pengalaman belanja yang menarik, misalnya dengan memperbarui fitur *Augmented Reality* untuk menjadi lebih akurat dan interaktif, serta meningkatkan kenyamanan navigasi dan kecepatan situs. Dengan melakukan perbaikan pada indikator-indikator ini, Shopee

Azarine Official dapat lebih kuat dalam menarik, mempertahankan, dan membangun loyalitas konsumen jangka panjang.

3. Berdasarkan tanggapan responden mengenai *Perceived Enjoyment* pada platform Shopee Azarine Official, pada indikator Kenyamanan Bertransaksi memiliki nilai yang paling rendah dibandingkan dengan indikator lainnya. Meskipun sebagian besar responden sudah merasa puas, terutama dalam hal kemudahan bertransaksi, ada baiknya platform Azarine Official ini terus melakukan inovasi untuk meningkatkan aspek kenyamanan bertransaksi, yang tercatat memiliki persentase terendah. Maka dengan itu peneliti memiliki saran agar Azarine Official melakukan upaya seperti peningkatan kecepatan respons sistem, pengurangan langkah-langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan transaksi, serta penambahan fitur personalisasi dapat menjadi langkah strategis. Selain itu, mengoptimalkan tampilan situs agar lebih intuitif dan interaktif dapat meningkatkan persepsi pengguna terhadap kenyamanan selama proses pembelian. Dengan demikian, Shopee Azarine dapat lebih meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap loyalitas dan intensi pembelian di masa mendatang.