

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan beserta teori dan konsep yang mendukung mengenai Kecerdasan buatan dan Gamifikasi terhadap Minat Beli Online yang dimediasi oleh Pengalaman Pelanggan pada Pengguna Shopee, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kecerdasan Buatan yang diukur menggunakan empat indikator, yaitu sistem pakar, sistem bahasa alami, *computer vision*, dan *intelligent computer*. Indikator sistem bahasa alami memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori baik dan persentase terendah terdapat pada indikator *intelligent computer* dengan kategori cukup baik. Secara keseluruhan Kecerdasan Buatan pada Pengguna Shopee berada pada kategori baik.
2. Gamifikasi yang diukur menggunakan enam indikator, yaitu poin, level, papan peringkat, tantangan, hadiah, dan persaingan. Indikator hadiah memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori baik dan persentase terendah terdapat pada indikator poin dengan kategori cukup baik. Secara keseluruhan Gamifikasi pada Pengguna Shopee berada pada kategori baik.
3. Pengalaman Pelanggan yang diukur menggunakan lima indikator, yaitu *cognitive*, *emotional*, *physical*, *sensor*, dan *social*. Indikator *cognitive* memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori baik dan persentase terendah terdapat pada indikator *physical* dengan kategori baik. Secara

keseluruhan Pengalaman Pelanggan pada Pengguna Shopee berada pada kategori baik.

4. Minat Beli Online yang diukur menggunakan empat indikator, yaitu *attention*, *interest*, *desire*, dan *action*. Indikator *action* memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori baik dan persentase terendah terdapat pada indikator *attention* dengan kategori cukup baik. Secara keseluruhan Minat Beli Online pada Pengguna Shopee berada pada kategori baik.
5. Pengalaman Pelanggan dapat memediasi hubungan antara Kecerdasan buatan dan Gamifikasi terhadap Minat Beli Online pada Pengguna Shopee dengan masing-masing mediasi parsial/sebagian (*partial mediation*).

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan di atas mengenai Kecerdasan buatan dan Gamifikasi terhadap Minat Beli Online yang dimediasi oleh Pengalaman Pelanggan pada Pengguna Shopee, maka Peneliti memberikan beberapa saran yang dapat digunakan untuk membantu keberlangsungan bisnis Shopee sebagai e-commerce di Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Kecerdasan Buatan memiliki indikator terendah yaitu *intelligent computer*, maka dari itu disarankan kepada Shopee untuk dapat lebih mengotomatiskan aplikasi Shopee misal pada *keyword last search* dan penambahan template dari fitur Chatbot.
2. Gamifikasi memiliki indikator terendah yaitu poin, maka dari itu disarankan kepada Shopee untuk dapat merubah sistem pengumpulan poin menjadi lebih mudah didapatkan agar penukaran poin untuk ditukar menjadi voucher berbelanja, sehingga diharapkan *conversion rate* pembelian dapat lebih meningkat.
3. Pengalaman Pelanggan memiliki indikator terendah yaitu *physical*, maka dari itu disarankan kepada Shopee untuk menambah variasi produk yang dijual dan bekerja sama dengan vendor-vendor yang penyuplai produk tersebut sehingga diharapkan *range product* yang dijual oleh Shopee bisa lebih dalam dan lebar dibanding kompetitornya. Selain itu disarankan kepada Shopee untuk mengevaluasi staff yang berhubungan langsung dengan Pengguna Shopee dengan menggunakan KPI (*Key Performance*

Indicator) agar staff yang kurang andal dan sigap dalam melayani dievaluasi kembali.

4. Minat Beli Online memiliki indikator terendah yaitu *attention*, maka dari itu disarankan kepada Shopee untuk dapat menambah kuota gratis ongkos kirim bagi Pengguna Shopee yang loyal dengan kriteria tertentu. Misal dalam satu bulan pembelian di atas nominal tertentu diberikan kembali voucher ongkos kirim, sehingga diharapkan *conversion rate* pembelian dapat lebih meningkat.
5. Berdasarkan analisis verifikatif pada bab pembahasan sebelumnya, didapatkan hasil bahwa Pengalaman Pelanggan lebih kuat daripada Kecerdasan buatan dan Gamifikasi dalam mempengaruhi Minat Beli Online pada Pengguna Shopee, maka dari itu disarankan kepada Shopee untuk dapat lebih konsisten dalam memberikan Pengalaman Pelanggan yang lebih mengesankan pada Pengguna Shopee dalam berbelanja online sehingga diharapkan Pengguna Shopee dapat terus bertambah dan bisnis e-commerce Shopee dapat terus sustainable.