

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian berjudul Analisis Digital Marketing Serta Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Tokopedia ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan aplikasi tokopedia. Hal ini dapat dilihat dari nilai thitung sebesar 7,515 yang lebih besar dari nilai ttabel sebesar 1,294 dan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil daripada 0,1.
2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan aplikasi tokopedia. Hal ini dapat dilihat dari nilai thitung sebesar 3,549 dan ttabel sebesar 1,294 nilai signifikansi sebesar 0,001, sehingga $t_{hitung} 3,549 > t_{tabel} 1,294$ dan signifikansi $0,001 < 0,1$.
3. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan aplikasi tokopedia. Berdasarkan hasil sig F (0,001) < dari tingkat kesalahan (0,1) dan fhitung 438,934 > ftabel 2,38.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan penelitian dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Disarankan penelitian ini dapat mengusulkan strategi yang dapat ditetapkan oleh tokopedia untuk meningkatkan Entertainment (hiburan) pelanggan. Misalnya Tokopedia dapat menciptakan konten yang bersifat interaktif, seperti mini games, quiz, atau tantangan yang melibatkan pengguna. Konten interaktif ini dapat dirancang agar terkait dengan produk atau promosi tertentu sehingga tidak hanya menghibur, tetapi juga mendorong pelanggan untuk terlibat lebih dalam dengan platform. Selanjutnya tokopedia juga dapat mengintegrasikan elemen permainan dalam proses belanja, seperti sistem poin, level, atau hadiah mingguan, bisa menjadi cara efektif untuk meningkatkan hiburan sambil mempertahankan minat pelanggan. Dengan cara ini, pelanggan merasa tertantang dan terdorong untuk terus berinteraksi dengan aplikasi. Corrected Item-Total Correlation X1.6 sebesar 0,823
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategi yang bisa diterapkan oleh Tokopedia untuk meningkatkan kemudahan penggunaan aplikasinya. Salah satu contohnya adalah dengan menyederhanakan tampilan awal aplikasi saat pertama kali dibuka. Alih-alih menampilkan halaman-halaman yang kurang relevan, aplikasi bisa langsung mengarahkan pengguna ke menu utama, di mana mereka dapat dengan mudah menemukan fitur-fitur inti seperti pencarian produk, kategori, atau promosi. Dengan mengoptimalkan navigasi awal ini, pengguna tidak perlu melakukan banyak klik atau pencarian

yang tidak perlu, sehingga pengalaman mereka menjadi lebih efisien dan menyenangkan. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan user experience (pengalaman pengguna), yang berfokus pada akses yang lebih cepat dan mudah ke fitur-fitur utama Tokopedia, yang akhirnya dapat meningkatkan kepuasan dan retensi pengguna. Corrected Item-Total Correlation X2.3 sebesar 0,850

3. Penelitian ini bertujuan untuk mengusulkan strategi yang dapat diterapkan oleh Tokopedia dalam rangka meningkatkan minat transaksional konsumen. Salah satu fokus strategis yang bisa dikaji adalah kemudahan penggunaan (user-friendliness) dari aplikasi Tokopedia. Jika konsumen merasa bahwa aplikasi Tokopedia lebih mudah digunakan, intuitif, dan memberikan pengalaman yang nyaman dibandingkan aplikasi e-commerce sejenis, maka hal ini dapat meningkatkan daya tarik platform dan mempengaruhi keputusan konsumen untuk lebih sering melakukan transaksi. Strategi yang disarankan bisa melibatkan beberapa aspek, seperti: antarmuka pengguna yang sederhana dan intuitif, proses pembayaran yang mudah dan cepat, optimalisasi performa aplikasi, personalisasi pengalaman pengguna serta peningkatan sistem notifikasi dan reminder. Corrected Item-Total Correlation Y3 sebesar 0,828