BAB V
PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan, berikut adalah kesimpulan utama dari penelitian ini:

1. *Usability* atau kemudahan penggunaan chatbot Shopee menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai t-hitung sebesar 3,956 dengan tingkat signifikansi di bawah 0,001 mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan berkontribusi positif pada kepuasan pelanggan. Dalam kerangka Model Penerimaan Teknologi (TAM), kemudahan penggunaan berhubungan langsung dengan persepsi kegunaan yang lebih tinggi, meningkatkan kepuasan pelanggan karena chatbot dianggap lebih bermanfaat dan mudah digunakan.
2. *Responsiveness* atau kecepatan tanggapan chatbot Shopee juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai t-hitung sebesar 4,282 dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,001 menunjukkan bahwa kecepatan dan akurasi tanggapan chatbot berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan. Menurut TAM, responsiveness memperkuat kemudahan penggunaan dan kegunaan teknologi, dengan chatbot yang cepat dan tepat dalam merespons kebutuhan pelanggan meningkatkan pengalaman pengguna dan kepuasan secara keseluruhan.

UNIVERSITAS NEGERI MEDAN
UNIMED
THE Character Building UNIVERSITY

3. Kombinasi dari usability dan responsiveness secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai F-hitung sebesar 69,678 yang jauh melebihi nilai F-tabel sebesar 3,118 dan tingkat signifikansi di bawah 0,01 menunjukkan bahwa kedua variabel ini berkontribusi besar terhadap kepuasan pelanggan secara bersamaan. Dalam kerangka TAM, peningkatan dalam usability dan responsiveness meningkatkan kegunaan dan kemudahan penggunaan chatbot, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan.

5.2. Saran

5.2.1 Saran untuk Peneliti di Masa Depan

1. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi variabel tambahan yang mungkin mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti tingkat personalisasi, keamanan data, dan integrasi dengan sistem lain. Ini akan membantu memberikan pandangan yang lebih holistik tentang faktor-faktor yang meningkatkan pengalaman pengguna. Selain itu, penting untuk melakukan penelitian di berbagai platform atau jenis chatbot untuk mengevaluasi konsistensi hasil di berbagai konteks, serta melakukan studi jangka panjang untuk memahami perubahan kepuasan pelanggan seiring waktu.
2. Penelitian lebih dalam mengenai kualitas respons dari chatbot, termasuk relevansi, ketepatan, dan kecepatan tanggapan, akan memberikan wawasan tambahan tentang bagaimana meningkatkan efektivitas komunikasi chatbot. Eksplorasi penerapan teknologi baru

UNIVERSITAS NEGERI MEDAN UNIMED
THE Character Building UNIVERSITY

seperti AI dan machine learning juga bisa bermanfaat untuk meningkatkan usability dan responsiveness. Bandingkan pengalaman pengguna antara chatbot dan saluran layanan pelanggan lainnya untuk memahami perbedaan dan preferensi pengguna dalam konteks digital.

5.2.2 Saran bagi Perusahaan

1. Perusahaan disarankan untuk fokus pada desain antarmuka chatbot yang intuitif dan mudah digunakan, serta meningkatkan kecepatan dan akurasi tanggapan chatbot untuk memastikan pelanggan mendapatkan informasi dengan cepat. Investasi dalam teknologi terbaru, seperti kecerdasan buatan dan machine learning, dapat meningkatkan kemampuan chatbot dalam memahami dan merespons permintaan pelanggan secara lebih efektif. Implementasi fitur personalisasi untuk menyesuaikan interaksi chatbot berdasarkan riwayat dan preferensi pengguna, serta lakukan pemantauan dan evaluasi rutin untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan.
2. Berikan pelatihan kepada tim pengembang chatbot untuk memahami tren terbaru dan teknik terbaik dalam desain chatbot. Pengujian A/B untuk mengevaluasi berbagai versi chatbot dan pengujian pengguna langsung akan memberikan wawasan praktis mengenai fitur dan desain yang paling efektif. Menerapkan saran-saran ini dapat membantu peneliti dan perusahaan memahami dan

UNIVERSITAS NEGERI MEDAN UNIMED THE Character Building UNIVERSITY

mengoptimalkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, serta meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

UNIVERSITAS NEGERI MEDAN
UNIMED
THE Character Building UNIVERSITY