

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis menggunakan instrumen SUS dan SEQ, penelitian ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai tingkat *usability* fitur *Live Shopping*. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil pengukuran menggunakan metode SUS menunjukkan bahwa Shopee memperoleh skor 67,13 yang berada dalam kategori *Good*, sedangkan TikTok mendapatkan skor 57,92 dalam kategori *OK*. Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna merasa lebih nyaman, mudah, dan efisien saat menggunakan fitur Shopee *Live Shopping* dibandingkan TikTok *Live Shop*.
2. Berdasarkan hasil evaluasi dengan metode SEQ, Shopee mencatat skor rata-rata 6,37, dengan tingkat penyelesaian tugas mencapai 90% dan waktu penyelesaian 1,6 menit. TikTok mencatat skor SEQ 6,24, dengan *task completion rate* 87% dan waktu penyelesaian 1,7–1,8 menit, yang menunjukkan bahwa Shopee menawarkan pengalaman penggunaan yang lebih cepat dan mudah secara keseluruhan.
3. Dari lima aspek *usability*, *Satisfaction* menjadi aspek yang paling menonjol pada kedua platform, mencerminkan bahwa niat pengguna untuk menggunakan kembali fitur serta keyakinan dalam mengoperasikannya sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sementara itu, *Learnability* menjadi aspek terendah, menandakan pengguna cenderung mengalami kesulitan dalam mengingat cara menggunakan fitur setelah tidak digunakan dalam jangka waktu tertentu.
4. Penggunaan kedua metode ini mampu memberikan gambaran kuantitatif yang akurat dan relevan terhadap kualitas *usability* fitur *Live Shopping*. SUS memberikan evaluasi komprehensif dari berbagai aspek,

sedangkan SEQ melengkapi dengan pengukuran spesifik terkait kemudahan pengguna dalam menyelesaikan tugas. Keduanya mendukung arah penelitian dengan kuat dan mampu menjawab tujuan yang telah ditetapkan secara efektif.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, berikut beberapa saran yang dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya:

1. Melibatkan jumlah responden yang lebih besar dan beragam, agar hasil penelitian lebih representatif terhadap pengalaman pengguna secara umum.
2. Pengujian pada penelitian ini dilakukan hanya simulasi bukan pembelian nyata, disarankan pada penelitian selanjutnya menggunakan pengujian pembelian nyata agar hasil lebih akurat dan sesuai dengan kondisi sebenarnya.