

BAB V

KESIMPULAN, SARAN, DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dari data 97 responden. Terdapat 2 kesimpulan yang bisa ditarik yaitu :

1. Setelah melakukan analisis data melalui analisis faktor, uji korelasi dan uji regresi linear berganda, didapatkan bahwa aspek user experience yang paling berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pengguna PLN Mobile adalah aspek Stimulation dan Novelty.
2. Terdapat pengaruh user experience yang positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pengguna PLN Mobile. Data ini didapatkan melalui beberapa tahap analisis data yaitu : uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear sederhana, dan uji koefisien determinasi yang menyatakan bahwa user experience memiliki pengaruh sebesar 72,1 % terhadap keputusan pembelian pengguna PLN Mobile di Sumatera Barat.

Namun penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan penelitian diantaranya, sampel penelitian yang bisa dibilang kecil dari populasi pengguna PLN Mobile, hanya terfokus pada daerah Sumatera Barat saja yang memungkinkan adanya perbedaan hasil dengan daerah yang lainnya, sehingga diperlukan penelitian-penelitian selanjutnya .

5.2 Implikasi

Berdasarkan Kesimpulan sebelumnya terdapat beberapa implikasi dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- 1 Implikasi untuk PLN Mobile
 - a) Fokus pada Stimulasi dan Novelty: PLN Mobile perlu lebih memprioritaskan aspek stimulasi dan novelty dalam pengembangan aplikasi mereka. Ini bisa berupa fitur-fitur baru yang menarik, desain yang lebih segar, atau interaksi pengguna yang lebih dinamis
 - b) Tingkatkan *User Experience* Secara Keseluruhan: Meskipun stimulasi dan novelty penting, PLN Mobile juga perlu memastikan *user experience* secara keseluruhan tetap baik. Ini mencakup kemudahan penggunaan, kecepatan respon, dan keandalan aplikasi.

- c) Personalisasi Pengalaman Pengguna: Dengan memahami preferensi pengguna, PLN Mobile dapat memberikan pengalaman yang lebih personal dan relevan. Ini bisa melalui rekomendasi fitur, notifikasi yang disesuaikan, atau konten yang relevan dengan minat pengguna.
 - d) Evaluasi Fitur Secara Berkala: PLN Mobile perlu secara rutin mengevaluasi fitur-fitur yang ada dan dampaknya terhadap *user experience*. Fitur yang kurang efektif dapat dihapus atau ditingkatkan, sementara fitur yang populer dapat dikembangkan lebih lanjut.
- 2 Implikasi untuk Penelitian Lebih Lanjut
- a) Perluas Sampel Penelitian: Penelitian selanjutnya perlu melibatkan sampel yang lebih besar dan lebih representatif untuk mendapatkan hasil yang lebih generalisasi.
 - b) Eksplorasi Daerah Lain: Penelitian dapat dilakukan di berbagai daerah di Indonesia untuk melihat apakah hasil yang sama berlaku atau terdapat perbedaan yang signifikan.
 - c) Analisis Lebih Mendalam: Penelitian dapat menggali lebih dalam mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian selain *user experience*. Misalnya, harga, promosi, dan pengaruh teman atau keluarga.
 - d) Pengaruh Budaya: Penelitian dapat mempertimbangkan pengaruh budaya terhadap preferensi pengguna dan bagaimana hal ini mempengaruhi *user experience*.
- 3 Implikasi untuk Industri Secara Umum
- a) Pentingnya *User Experience*: Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya *user experience* dalam mendorong keputusan pembelian, tidak hanya di sektor energi seperti PLN Mobile, tetapi juga di industri lainnya.
 - b) Inovasi Berkelanjutan: Perusahaan perlu terus berinovasi dan meningkatkan *user experience* untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar yang dinamis.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa rekomendasi diajukan yaitu sebagai berikut :

1. Rekomendasi untuk PLN Mobile
 - a) Peningkatan Pengalaman Pengguna:

- 1) Fokus pada Stimulasi dan Novelty: Mengembangkan fitur-fitur baru yang menarik dan inovatif, seperti gamifikasi atau personalisasi konten yang lebih mendalam.
 - 2) Optimalisasi Desain UI/UX: Melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap tampilan antarmuka pengguna agar lebih intuitif dan menarik.
 - 3) Peningkatan Kinerja Aplikasi: Mengoptimalkan kinerja aplikasi agar lebih cepat dan responsif, terutama pada jaringan yang lambat.
- b) Strategi Pemasaran:
- 1) Promosi Fitur Unggulan: Melakukan kampanye pemasaran yang lebih intensif untuk menonjolkan fitur-fitur yang paling menarik bagi pengguna.
 - 2) Program Loyalitas: Memberikan program loyalitas yang menarik untuk mempertahankan pengguna setia dan menarik pengguna baru.
- c) Riset Pasar Berkala:
- 1) Survei Kepuasan Pelanggan: Melakukan survei secara berkala untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dan mendapatkan masukan untuk perbaikan.
 - 2) Analisis Data Penggunaan: Menganalisis data penggunaan aplikasi untuk mengidentifikasi pola penggunaan dan preferensi pengguna.
2. Rekomendasi untuk Penelitian Lebih Lanjut
- a) Ekspansi Sampel dan Lokasi: Melakukan penelitian dengan sampel yang lebih besar dan mencakup berbagai daerah di Indonesia, bahkan mungkin di negara lain dengan karakteristik pengguna yang berbeda.
 - b) Analisis Faktor Lain: Menganalisis pengaruh faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian, seperti harga, promosi, pengaruh teman, dan faktor sosial ekonomi.
 - c) Pendekatan Kualitatif: Melakukan penelitian kualitatif seperti wawancara mendalam atau focus group discussion untuk menggali lebih dalam mengenai persepsi dan pengalaman pengguna