

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan diatas, dapat disimpulkan bahwa :

1. Dari hasil kuisisioner *Pesona Creation and Usage Toolkit* didapatkan hasil bahwa mayoritas responden kelamin laki-laki dengan persentase 51,1% dan perempuan dengan persentase 48,9%. Usia responden yang paling banyak adalah rentan usia 17-24 tahun dengan persentase sebesar 84,0 % dan pendidikan terakhir responden yang paling banyak adalah D4/S1 dengan persentase sebesar 49,5%. Untuk melakukan pencarian barang, responden lebih memilih menggunakan fitur pencarian barang atau *search* dengan alasan mudah digunakan. Lazada.co.id adalah *website* yang lebih disukai responden dengan persentase sebesar 81,9% daripada *website* JD.id dengan persentase sebesar 18,1 %. Alasan utama responden menyukai *website* jual beli karena *website* tersebut memiliki banyak pilihan produk dengan persentase sebesar 29,8%,
2. Dari analisis GOMS yang dilakukan dengan menggunakan teknik KLM terhadap *website* JD.id dan Lazada.co.id didapatkan hasil, bahwa *website* lazada.co.id memiliki waktu yang lebih singkat untuk melakukan pembelian barang, yaitu selama 86.65 detik dan *website* JD.id selama 86.65 detik. Itu semua dilakukan cara dan prosedur pembelian yang sama.

3. Dari hasil kuisioner SUS antara *website* JD.id dan Lazada.co.id menunjukkan bahwa *website* Lazaada.co.id memiliki *usability* yang lebih baik daripada JD.id yaitu sebesar 66.0 sedangkan JD.id 63.9. menurut mclellan et,al *website* JD.id tidak dapat diterima, karena rangenya dibawah 64 yaitu 63.9. Sedangkan *website* Lazada.co.id bisa diterima karena rangenya diantara 65-84 yaitu 66.
4. Dari hasil perbandingan yang dilakukan dengan dua cara yaitu dengan kuisioner *Pesona Creation and Usage Toolkit* dan GOMS menunjukkan hasil yang sama. Menurut kuisioner *Pesona Creation and Usage Toolkit* responden lebih setuju jika pembelian pada *website* Lazada.co.id lebih mudah daripada *website* JD.id dan ternyata pada perhitungan GOMS dengan teknik KLM juga menunjukkan waktu yang lebih sedikit.
5. Jadi dari penelitian ini disimpulkan bahwa proses pembelian mudah dan *website* lebih mudah digunakan bukan menjadi daya tarik utama seseorang menyukai *website* jual beli. Seseorang lebih tertarik dengan banyaknya barang yang tersedia pada *website* jual beli, dikarenakan dapat memilih dan membandingkan barang dengan opsi yang lebih banyak.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan pada penelitian selanjutnya adalah :

1. Membandingkan *website* yang sebanding dari segi .
2. Menggunakan pendekatan lain untuk melakukan perbandingan.
3. Menganalisis *website* jual beli versi *Mobile Aplication*.