BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian yaitu menganalisis pengaruh *design aesthetic user interface* iOS terhadap behavior pengguna di Surabaya melalui *intention to use* serta pengujian hipotesis, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan penelitian, yaitu:

1. Desain merupakan bagian tak terpisahkan dalam kehidupan masyarakat dewasa ini. Hampir di setiap sudut dijumpai bentuk karya desain. Desain sudah menjadi salah satu bagian dari kehidupan masyarakat modern. Perkembangan teknologi, khususnya teknologi komunikasi juga tak luput dari peran serta karya desain. Berkaitan dengan desain dan kehidupan masyarakat modern serta kebutuhan informasi dan komunikasi yang cepat, memunculkan perangkat komunikasi cerdas *(smartphone)*. Lahirlah berbagai macam varian jenis *smartphone*, salah satunya adalah *smartphone* Apple berbasis iOS. Melalui penelitian ini, *design aesthetic* telah menunjukkan perannya, khususnya terkait pengaruh warna, bentuk, animasi, suara, dan tipografi yang secara nyata mampu mempengaruhi, mempersuasif, serta mendorong seseorang untuk menggunakan perangkatnya. Bahkan secara tidak sadar telah membentuk basis pengguna yang sangat loyal.

2. Penelitian ini berhasil membuktikan, bahwa *design aesthetic* berperan penting dalam membentuk persepsi dan mempengaruhi seseorang untuk melakukan tindakan dan perilaku tertentu. Bahkan sejalan dengan *theory of reasoned action* dan *theory of planned behavior* mampu memberi wacana baru dengan menambahkan faktor desain sebagai pemicu adanya perilaku atau tindakan.
3. Perilaku pengguna yang dipengaruhi oleh *design aesthetic* juga dapat dimediasi adanya niat kuat seseorang. Aspek-aspek kebutuhan, keyakinan, dan kemauan menjadi penentu keputusan seseorang untuk melakukan tindakan atau perilaku.

6.2. Saran

Berdasarkan pada hasil pembahasan dan kesimpulan penelitian, maka terdapat beberapa saran sebagai berikut:

1. *Design aesthetic* pada sebuah perangkat bisa menjadi kekuatan pada sebuah produk. Unsur-unsur desain merupakan seperangkat aset yang dapat dioptimalkan untuk membangun citra sebuah produk. Melalui desain UI yang tepat pada sebuah produk akan berdampak pada *positioning* yang kuat di jajaran produk sejenis. Prinsip desain serta unsur desain lainnya dapat dijadikan bahan penelitian berikutnya untuk memperkuat serta memperkaya peran desain dalam kaitannya dengan perilaku manusia. Dari indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian, khususnya berkaitan dengan *design aesthetic*, animasi yang merupakan indikator terkuat harus mendapat perhatian khusus, terutama terkait kelembutan sentuhan, lama *loading*, dan transisi antar halaman.

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA stikom SURABAYA

2. *Intention to use* atau niat pengguna menjadi penentu bagaimana seseorang akan bereaksi setelah ada faktor pendorong untuk berperilaku. Sehingga menumbuhkan niat kepada seseorang khususnya berkaitan dengan penggunaan *smartphone* bisa dilakukan melalui tampilan yang menawan suatu antarmuka perangkat *handphone*. Hal ini haruslah menjadi perhatian bahwa pembentuk perilaku awalnya dari niat dan motivasi yang kuat terhadap suatu kebutuhan, keyakinan, dan kemauan.
3. Perilaku atau *behavior* merupakan tindakan akhir yang akan dilakukan seseorang atas dasar niat atau faktor lain yang mendorong seseorang berperilaku. Dalam kaitannya dengan *design aesthetic*, pada penelitian ini perilaku dan *design aesthetic* memiliki dampak langsung yang signifikan. Sehingga faktor-faktor pendorong perilaku harus menjadi perhatian khusus dalam membuat desain khususnya desain UI. Perilaku yang cenderung menggunakan terus menerus serta berulang, memberi rasa senang dan berujung pada kepuasan pengguna.
4. Penelitian ini menghasilkan model teori keterkaitan hubungan antara *design aesthetic* dan perilaku pengguna melalui mediasi niat *(intention to use)*. Penelitian ini hanya mengukur *design aesthetic* dalam aspek terbatas pada indikator yang sudah disebutkan sebelumnya. Sedangkan pengukuran *design aesthetic* juga dapat diukur melalui aspek lain, seperti melalui prinsip desain dan unsur desain lainnya. Aspek *design aesthetic* dapat juga diukur dengan faktor lain misalkan faktor kepercayaan, loyalitas, serta citra produk. Sehingga untuk penyempurnaan dari penelitian ini perlu dilakukan penelitian lanjutan dari aspek-aspek yang peneliti sarankan. Hal tersebut dimaksudkan agar

penelitian selanjutnya mampu memberikan hasil yang memiliki kemampuan generalisasi yang lebih baik dalam mengukur peran *design aesthetic* dalam sebuah karya desain khususnya desain UI *smartphone.*

5. Penelitian ini juga hanya mengukur *design aesthetic* dari aspek individual yang dilakukan secara acak dengan model kuantitaf. Disarankan untuk penelitian berikutnya dapat menggunakan metode kualitatif untuk mengkaji lebih dalam melalui individu (pakar) yang memiliki kompetensi khusus di bidang desain serta perilaku manusia, sehingga penelitian selanjutnya diharapkan dapat melihat peran *design aesthetic* secara lebih luas dan general dengan hasil yang lebih baik.
6. Penelitian hanya dilakukan di Surabaya, sehingga diperlukan penggalian informasi lebih luas terkait populasi dan sampel yang akan digunakan. Jika diperlukan, dilakukan di beberapa tempat yang berbeda supaya hasil lebih general dan variatif.
7. Penelitian ini hanya berfokus dilakukan pada perangkat iDevice, tidak menutup kemungkinan akan mendapatkan hasil yang berbeda jika dilakukan pada perangkat *smartphone* lain, sehingga memerlukan riset lanjutan.
8. Penelitian dapat lebih spesifik terhadap karakter pengguna tertentu, misal pengguna *smartphone* pada ibu rumah tangga, atau pada mahasiswa, sehingga populasi bisa dibatasi *(finite)* dan hasil lebih general.

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA stikom SURABAYA