

Analisis Dampak Kustomisasi Augmented Reality pada Aplikasi M-Commerce terhadap Purchase Intention dengan Menggunakan Teori Task-Technology Fit = Analysis of the Impact of AR Customization on M-Commerce Application on Purchase Intention by Using Task-Technology Fit Theory

Dhena Kamalia Fu'adi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20529328&lokasi=lokal>

Abstrak

Implementasi fitur Augmented Reality (AR) try-on pada mobile commerce telah banyak dilakukan, seperti pada produk pakaian, aksesoris, dan kecantikan. Produk lain yang juga telah dikembangkan dengan AR try-on adalah furniture. Dengan adanya fitur ini, pengguna dapat memvisualisasikan produk tiga dimensi pada lingkungan nyata tempat pengguna berada. Namun, pada implementasi produk furniture saat ini, pengguna hanya dapat mencoba produk yang tersedia, sementara itu banyak konsumen yang membutuhkan fitur tambahan untuk dapat melakukan kustomisasi barang sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhannya. Penelitian ini akan membahas mengenai implementasi fitur kustomisasi produk dengan AR pada m-commerce dan melihat pengaruh dari fitur tersebut terhadap niat beli pengguna (purchase intention). Implementasi kustomisasi produk dengan AR dilakukan dengan memberikan pilihan kepada pengguna terhadap produk-produk yang tersedia, sambil pengguna mencoba produk tersebut. Penelitian ini mengidentifikasi pengaruh fitur dengan menggunakan teori Task-Technology Fit (TTF). Karena keterbatasan device yang dimiliki penulis, maka fitur kustomisasi produk dengan AR ini dibangun dengan menggunakan WebXR model-viewer. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa fitur mencoba produk dapat meningkatkan niat beli pengguna, namun fitur kustomisasi tidak. Implementasi AR ini dapat dibangun dengan menerapkan beberapa karakteristik, yaitu interactivity, vividness, informativeness, dan visual aesthetic. Selain itu, teori TTF juga menunjukkan bahwa jika teknologi yang diterapkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen pada mobile commerce, maka dapat meningkatkan keyakinan pengguna dalam menentukan pilihannya, dimana juga dapat mempengaruhi niat pengguna berbelanja.

.....There have been many implementations of Augmented Reality (AR) try-on features in mobile commerce, such as in clothing, accessories, and beauty products. Another product that also has been developed with AR try-on is furniture. With this feature, users can visualize three-dimensional products in their real environment where the user is located. However, in the current implementation of furniture products, users can only try the available products, meanwhile many consumers need additional features to be able to customize goods so that they can be adjusted to their needs. This study will discuss the implementation of product customization features with AR in m-commerce and see the effect of these features on purchase intentions. The implementation of product customization with AR is done by giving the user a choice of the available products, while the user tries the product. This research was identifying the effect of features using Task-Technology Fit (TTF) theory. Due to the limitations of the author's device, the product customization feature with AR was built using the WebXR model-viewer. The results of this study indicate that the try product with AR can increase users' purchase intentions, but the customization feature does not. This AR implementation can be built by applying several characteristics, namely interactivity, vividness, informativeness, and visual aesthetics. In addition, the TTF theory also shows that if the

technology applied can meet consumer needs in mobile commerce, it can increase user confidence in making their choices, which can also affect users' shopping intentions.