

BAB I

PENDAHULUAN

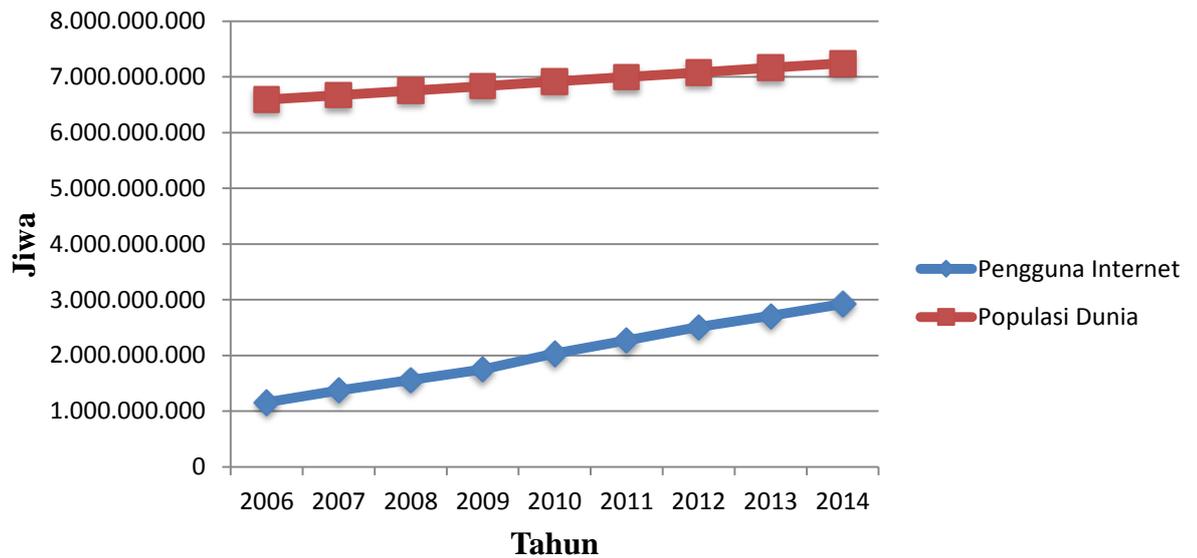
1.1 Latar Belakang Penelitian

Faktor yang dapat mendukung suatu negara untuk menjadi negara yang maju adalah dengan meningkatkan kualitas masyarakatnya agar sadar dengan pentingnya teknologi. Teknologi mengalami perkembangan yang sangat cepat dan signifikan, hal ini dapat dibuktikan dengan adanya keragaman teknologi yang ada di dunia yang seiring dengan waktu mengalami perubahan. Teknologi yang mengalami perubahan umumnya menjadi lebih efisien dan efektif dalam membantu aktivitas manusia. Kualitas masyarakat sekarang mulai meningkat karena hal itu ditunjukkan dengan banyaknya masyarakat yang mulai terbiasa dengan teknologi yang masuk dan tentunya dengan sarana serta prasarana yang berbasis teknologi.

Teknologi yang diciptakan manusia hingga saat ini dan masih sangat diperlukan dalam aktivitas manusia adalah internet. Banyak sekali kontribusi yang diberikan oleh internet yang memudahkan manusia untuk menjalaani aktivitasnya. Hal ini teridentifikasi dengan banyak aktivitas masyarakat yang menggunakannya dalam bentuk mengembangkan bisnis, menyimpan data untuk keperluan sehari-hari, berinteraksi dengan teman dan orang terdekat, melakukan *sharing* dengan orang lain dan lainnya. Sehingga jumlah pengguna internet di dunia mengalami peningkatan yang signifikan.

Berikut data yang menggambarkan pertumbuhan pengguna internet di dunia. Berdasarkan data yang diperoleh teridentifikasi terjadi peningkatan populasi manusia di dunia yaitu dari 6,593,227,980 jiwa di tahun 2006 meningkat menjadi 6,673,105,940 jiwa di tahun 2007 dan terus meningkat hingga mencapai

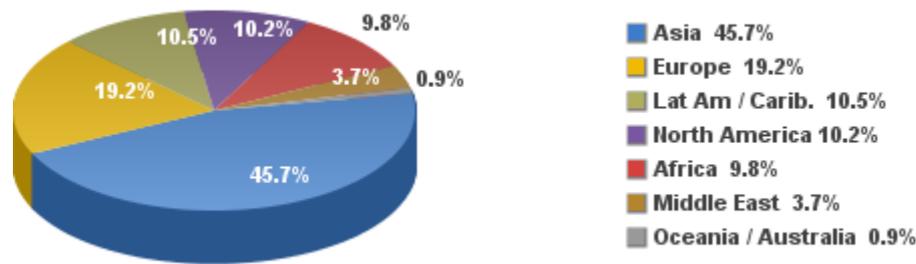
7.243.784.121 jiwa di tahun 2014. Peningkatan pertumbuhan juga terjadi pada pengguna internet dari tahun 2006 hingga tahun 2010 yaitu sebesar 1,157,500,065 pengguna menjadi 2,034,259,368 pengguna dan terus mengalami peningkatan menjadi 2.925.249.355 pengguna pada tahun 2014. Hal tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Sumber: <http://www.internetworldstats.com/stats.html>, 2015

Gambar 1. 1
Pertumbuhan Pengguna Internet dan Populasi Dunia

Data pengguna internet tersebut tentunya merupakan keseluruhan pengguna yang tersebar diseluruh dunia. Banyak sekali faktor yang menyebabkan perbedaan pengguna internet di seluruh dunia seperti populasi penduduk, kesadaran akan teknologi, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan ataupun akses yang tersedia untuk menjelajahi internet. Ada beberapa region yang terdapat di dunia dan memiliki populasi pengguna internet yang berbeda-beda. Hal ini dapat dilihat dari data berikut:

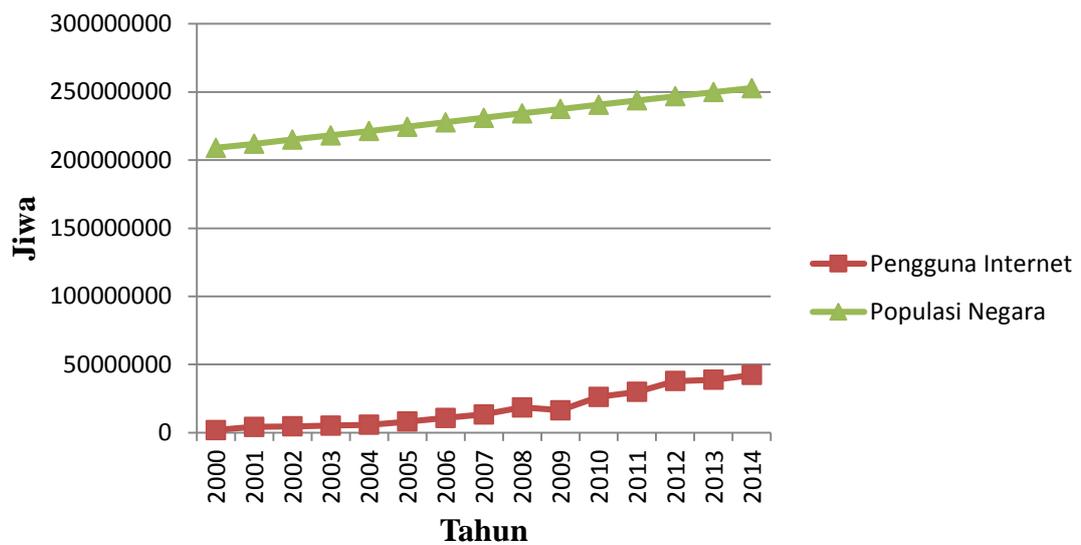


Sumber: Internet World Stats, 2014

Gambar 1. 2
Distribusi Pengguna Internet di Dunia Berdasarkan Region

Pada Gambar 1.2 terungkap bahwa pengguna internet di seluruh dunia di dominasi oleh penduduk yang bertempat tinggal di benua Asia sebesar 45,7% dari populasi dunia. Hal ini dapat dikarena negara yang mayoritas memiliki penduduk tinggi berada di benua Asia seperti Cina, India dan Indonesia. Selanjutnya yang menjadi pengguna internet kedua terbesar adalah Eropa dengan proporsi 19,2%. Untuk region lainnya memiliki persentase dibawah 11% yang dimana bila dijumlahkan sebesar 36,3%. Hal ini membuktikan bahwa sudah lebih dari setengah populasi dunia merupakan pengguna internet yang berada di Asia dan Eropa.

Masyarakat Indonesia ternyata tidak terlepas dari penggunaan internet ini. Hal tersebut terjadi karena hinga saat ini masyarakat Indonesia telah banyak terhubung dengan negara-negara lain untuk melakukan aktivitasnya. Semakin sadar masyarakat akan penggunaan internet ini juga menjadikan penggunaan internet di Indonesia semakin bertambah dari tahun ketahun. Fenomena tersebut membuktikan juga bahwa penduduk di Indonesia dalam kehidupan sehari-harinya sudah menjadikan internet sebagai sesuatu yang penting. Tabel berikut ini menunjukkan pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia yang pada dasarnya disebabkan karena penambahan penduduk di Indonesia.



Sumber: Internet Live Stats, data diolah, 2014

Gambar 1.3
Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia

Berdasarkan dari Gambar 1.3, dari tahun 2000 hingga tahun 2014 negara Indonesia mengalami peningkatan penggunaan internet seiring dengan bertambahnya penduduk di Indonesia. Pada tahun 2000 dari keseluruhan populasi negara sebesar 208,938,698 jiwa ternyata penggunaan internet pada tahun tersebut adalah 1,933,861 jiwa. Pertumbuhan terus meningkat ke tahun berikutnya hingga tahun 2008 ke tahun 2009 pengguna internet mengalami penurunan sebesar 11%. Pada tahun itu, pengguna internet sebesar 18,546,180 turun menjadi 16,434,093 pengguna internet. Tetapi setelah tahun tersebut menunjukkan adanya peningkatan kembali hingga tahun 2014 menjadi sebesar 42,258,824 jiwa pengguna internet.

Indonesia merupakan sebagian kecil dari pertumbuhan *netizen* di dunia. Dengan melihat terus tumbuhnya pengguna internet dari tahun ke tahun, banyak peluang usaha dari kejadian ini seperti mempromosikan produk melalui sosial media, bisnis data internet, toko *online*, membuat aplikasi penunjang internet, *hardware* penunjang dan sebagainya. Dengan terus bertambahnya *netizen*,

semakin banyak pula orang yang menjelajahi internet dalam kesehariannya. Bila keseharian masyarakat menjelajahi internet karena efisiensi dan efektifitas yang dirasakan maka hal itu akan menjadi pasar yang memiliki peluang bisnis yang besar. Hal itu ternyata telah dirasakan oleh sebagian masyarakat Indonesia yang membuka usahanya melalui internet. sebagai contoh adanya forum jual beli online yang semakin pesat pertumbuhannya.

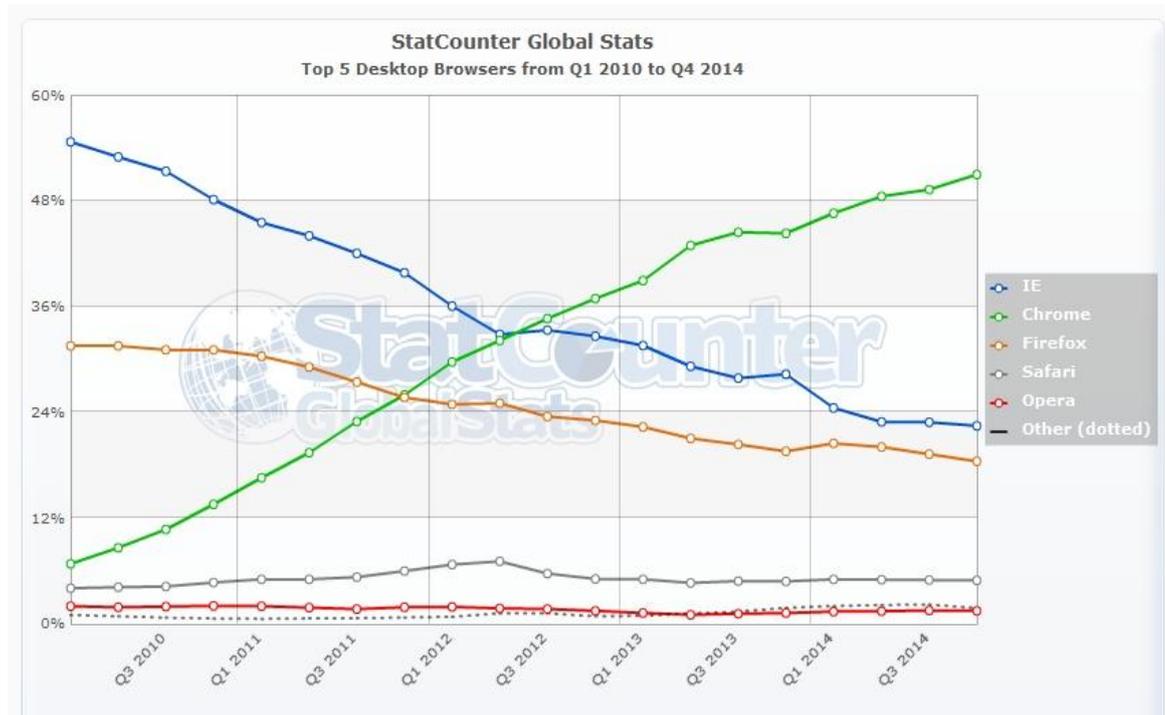
Perusahaan yang beroperasi di dalam kepentingan *netizen* adalah aplikasi penunjang untuk para pengguna internet. Banyak aplikasi penunjang yang dapat dinikmati oleh *netizen* agar memudahkan mereka dalam menjelajahi internet yang sangat luas ini. Salah satu aplikasi yang sangat dibutuhkan oleh *netizen* untuk menjelajahi dunia maya yaitu aplikasi *browser* atau aplikasi peramban. Aplikasi *browser* adalah sebuah aplikasi yang berguna untuk melakukan pencarian atau menampilkan situs-situs di internet melalui komputer. *Browser* menjadi sangat penting fungsinya karena tanpa *browser* kita tidak dapat menggunakan dan menikmati fitur-fitur web di internet. (sumber: <http://internet-browser-review.toptenreviews.com/>, Diakses 11 Februari 2015)

Tabel 1. 1
Daftar 10 Aplikasi *Browser* di Dunia

Nama Aplikasi <i>Browser</i>			
1.	Mozilla Firefox	6.	Maxthon
2.	Google Chrome	7.	Torch
3.	Opera	8.	SeaMonkey
4.	Internet Explorer	9.	Avant <i>Browser</i>
5.	Safari	10.	DeepNet Explorer

Sumber: <http://internet-browser-review.toptenreviews.com/>, 2015

Beberapa merek aplikasi *browser* yang terdapat pada Tabel 1.1 merupakan sebagian aplikasi *browser* yang digunakan oleh para *netizen* diseluruh dunia. Setiap aplikasi *browser* menawarkan berbagai kualitas, desain dan fitur yang berbeda. Hal itu merupakan sebuah strategi yang digunakan oleh masing-masing perusahaan agar produknya dapat bersaing dengan produk lain.. Persaingan aplikasi *browser* di dunia saat ini ditempati oleh beberapa aplikasi saja. Pada Gambar 1.4 terdapat data yang menunjukkan persaingan antara 5 *browser* teratas dunia yang telah digunakan oleh *netizen* di seluruh dunia.



Sumber: Stat Counter Global Stats, 2014

Gambar 1. 4

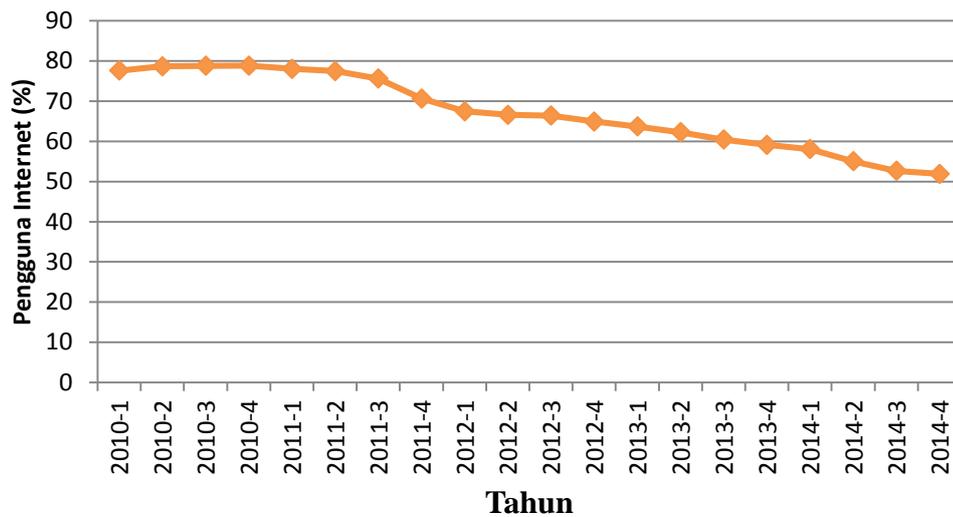
Pertumbuhan Pengguna Aplikasi *Browser* di Dunia tahun 2010-2014

Data pertumbuhan pengguna aplikasi *browser* yang terungkap pada Gambar 1.4 tersebut dapat dilihat di awal tahun 2010 yang menjadi *market leader* untuk aplikasi bowser adalah Internet Explorer yang menguasai pasar sebesar 54,67% dari *netizen* di dunia. Disusul di peringkat ke dua yaitu Mozilla Firefox sebesar 31,53%, setelah itu ada Google Chrome sebesar 6,79% dan posisi ke empat adalah Safari dengan 4,15% menguasai *netizen* di dunia. Untuk peringkat ke lima ada aplikasi Opera sebesar 1,89%. Dari tahun ke tahun, Internet Explorer dan Mozilla Firefox mengalami penurunan yang sangat signifikan hiingga akhir tahun 2014 yang masing-masing menguasai 22,44% dan 18,44% dari *netizen* di dunia. Dan yang mengalami perumbuhan yang sangat signifikan dan menjadi *market leader* di akhir tahun 2014 adalah Google Chrome dengan 50,95% dari *netizen* dunia. Sedangkan untuk Safari dan Opera masing-masing masih menduduki peringkat

yang sama yaitu peringkat empat untuk Safari dan kelima untuk Opera seperti di awal tahun 2010 dengan 4,94% dan 1,64% dari keseluruhan *netizen* dunia.

Berdasarkan data tersebut dapat terlihat adanya tren yang terus menurun dialami oleh aplikasi *browser* Mozilla Firefox. Meskipun di Indonesia sendiri yang menjadi penguasa *netizen* dalam hal aplikasi *browser* adalah Mozilla Firefox. Hal yang sama ternyata dialami di Indonesia. Berbeda dengan pertumbuhan di dunia, hal ini dapat dipicu dengan berbagai alasan seperti tren yang sedang populer, selera konsumen, kemudahan yang didapat saat menggunakan ataupun kelengkapan yang tersedia dalam sebuah aplikasi. Berikut ini data yang menunjukkan pertumbuhan pengguna aplikasi *browser* Mozilla Firefox di Indonesia:

Pada awal tahun 2010, Mozilla Firefox sudah menjadi aplikasi yang dipilih oleh *netizen* di Indonesia terbukti dengan 77,6% *netizen* menggunakan aplikasi ini di tahun 2010. Pada tahun selanjutnya dan banyaknya pesaing yang bermunculan dalam penawaran aplikasi *browser*, Mozilla Firefox mengalami penurunan pada tahun-tahun selanjutnya seperti pada tahun 2011 kuartal pertama sebanyak 78,06% pangsa pasar turun pada kuartal pertama tahun 2012 menjadi 67,48% menguasai pasar aplikasi browser, hingga aplikasi ini hanya menguasai *netizen* sebesar 51,92% di akhir tahun 2014 tetapi masih menjadi *market leader* untuk aplikasi *browser* di Indonesia. Data tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.5 berikut:



Sumber: Stat Counter Global Stats, data diolah, 2014

Gambar 1.5
Pertumbuhan Pengguna Aplikasi *Browser* Mozilla Firefox di Indonesia tahun 2010-2014

Gambar 1.5 memperlihatkan adanya suatu permasalahan yaitu disaat pengguna internet semakin bertambah di Indonesia yang seharusnya membuat pengguna aplikasi *browser* juga ikut bertambah hal ini bertolak belakang dengan aplikasi *browser* Mozilla Firefox yang dari tahun ke tahun mengalami penurunan hingga akhir tahun 2014. Dengan seiring berkurangnya pengguna Mozilla Firefox membuktikan bahwa *netizen* dalam melakukan *browsing* semakin berkurang dan berpindah ke aplikasi *browser* lainnya.

Terdapat pernyataan yang kontradiktif dari kondisi terjadinya penurunan pengguna aplikasi *browser* Mozilla Firefox. Avi Tejo Bhaskoro yang merupakan seorang jurnalis *DailySocial.net* mengatakan bahwa aplikasi *browser* Mozilla Firefox merupakan aplikasi yang masih menjadi favorit dan diminati oleh masyarakat Indonesia (*sumber: <https://dailysocial.net>*, diakses tanggal 24 Maret

2015). Hal tersebut membuktikan bahwa citra merek dari Mozilla Firefox masih dikatakan baik dibandingkan dengan program *browser* lainnya.

Berdasarkan penelitian terdahulu, menurut Wyta Lucyana dan Tri Sudarmanto (2013) menyatakan bahwa variabel citra merek mempunyai pengaruh yang kuat terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa bimbingan belajar Primagama di Mojokerto. Selain penelitian tersebut, Febri Surya Syahputra dan Farah Oktafani (2014) membuktikan adanya pengaruh yang signifikan dari citra merek sebesar 61,5% terhadap keputusan pengguna jasa AirAsia di Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Dwi Ilham Prasetya dan Muhammad Edwar (2014) membuktikan dalam penelitiannya bahwa citra merek dan fitur produk memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan *social media* Twitter di Surabaya Selatan.

Selain citra merek sebuah produk, Kotler dan Keller (2012, hlm. 253) menyatakan juga bahwa hal yang melatarbelakangi konsumen memilih suatu produk adalah dengan melihat atribut produk antara lain adalah fitur, kualitas dan desain. Semakin bagus aspek-aspek tersebut maka semakin banyak *netizen* yang menggunakan aplikasi tersebut dan bila seorang *netizen* merasa adanya aspek yang baik dengan apa yang dimiliki aplikasi tersebut memungkinkan *netizen* tersebut akan menggunakannya. Bagi perusahaan yang memproduksi aplikasi *browser* sangat tergantung pada *netizen* yang dimana merupakan konsumen penting untuk keberlangsungan perusahaan. Banyak cara yang dilakukan perusahaan sehingga konsumen menggunakan aplikasinya.

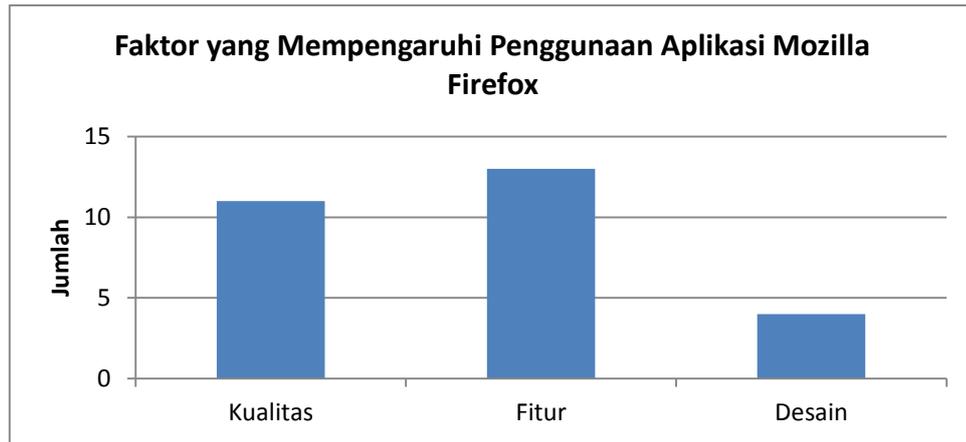
Fitur Mozilla Firefox merupakan salah satu fitur yang paling banyak dan digemari oleh *netizen*. Dimana *browser* ini memiliki berbagai macam extension atau add-ons yang menarik. Sulit untuk menyebutkannya satu per satu, namun add-ons Mozilla Firefox menyediakan fitur unik yang jarang ditemui pada *browser*

lainnya, dan ini jugalah yang menjadi kelebihan dari Mozilla Firefox (*sumber: <http://m.portal.paseban.com>, diakses 13 Januari 2015*).

Fitur yang ditawarkan tentunya berbeda dari setiap aplikasi *browser* satu dengan yang lainnya. Fitur dapat menjadi alat bersaing yang membedakan antara produk yang berada di dalam suatu pasar. Semakin lengkap fitur suatu aplikasi *browser* akan berdampak pada semakin banyaknya konsumen untuk menggunakannya.

Penelitian terdahulu mengungkapkan terdapat beberapa faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pengguna atau keputusan pembelian diantaranya seperti Karen Lim Lan-Yee, Han Kok-Siew dan Benjamin Chan Yien-Fah (2013) menyatakan bahwa dalam melakukan keputusan pembelian *Smartphone* konsumen akan mempertimbangan fitur produk, *convenience*, merek, *dependency*, pengaruh sosial dan harga. Selanjutnya menurut Zillur Rahman Siddique, Abdullah Al-Jamil dan Borak Ali (2013) menyatakan bahwa fitur produk sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk *mobile phone handset*.

Pra penelitian yang dilakukan terhadap 30 orang mahasiswa Ilmu Komputer Universitas Pendidikan Indonesia. Hal tersebut dilakukan dengan asumsi bahwa mahasiswa Ilmu Komputer memiliki intensitas menggunakan internet lebih tinggi dibanding dengan mahasiswa lainnya. Berikut ini juga membuktikan bahwa fitur produk menjadi pertimbangan dalam mengambil keputusan pengguna aplikasi Mozilla Firefox.



Sumber: Pra Penelitian, data diolah, 2015

Gambar 1. 6
Tingkat Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi *Browser* Mozilla Firefox

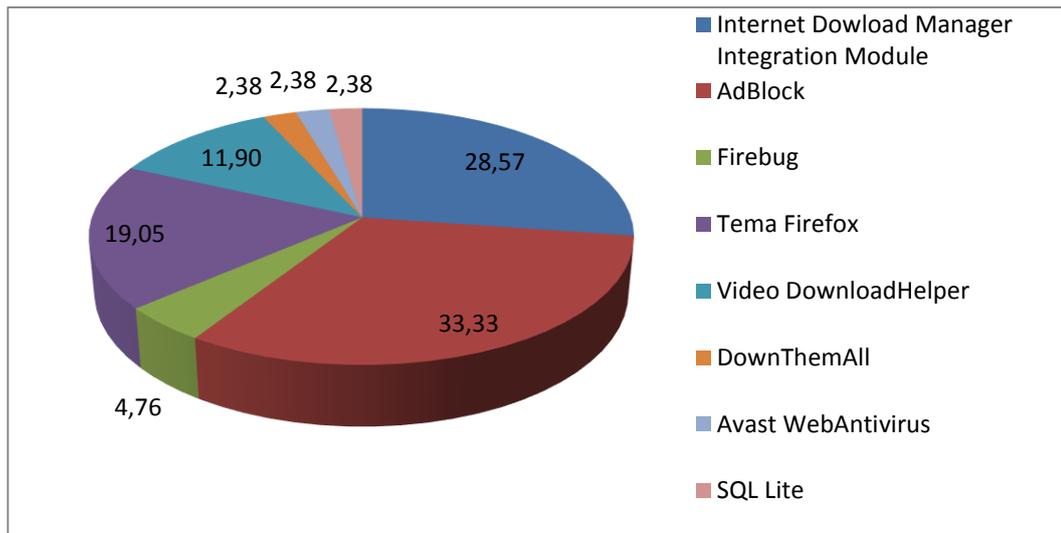
Setelah dilakukan pra penelitian kepada 30 mahasiswa terungkap bahwa 13 orang dari 30 orang mahasiswa atau sebesar 43,33% menyatakan bahwa yang menjadi faktor utama dalam penggunaan aplikasi *browser* adalah fitur. Fitur merupakan fungsi tambahan yang ditawarkan oleh suatu produk pada penggunaannya sehingga hal tersebut dapat membedakan terhadap pesaingnya. Dan yang menjadi faktor kedua dalam penggunaan aplikasi *browser* adalah kualitas, hal ini dibuktikan dengan 11 orang atau sebesar 36,67% dari 30 orang mahasiswa. Selanjutnya ada desain yang menjadikan faktor dalam mempengaruhi penggunaan aplikasi Mozilla Firefox dengan proporsi 20%.

Addons.mozilla.org, umumnya dikenal sebagai "AMO" adalah situs resmi Mozilla Firefox untuk perangkat lunak Mozilla. Fitur Add-Ons memungkinkan *netizen* menambahkan fitur baru dan mengubah cara *browsing* atau mengaplikasikan karya para *netizen*. Melihat dan menjelajahi internet dengan ribuan cara untuk melakukan hal-hal secara online. Fitur Add-Ons yang ada merupakan fitur yang telah diciptakan oleh pengembang dari komunitas. Semua

fitur Add-Ons yang telah dikembangkan akan melalui para editor sebelum dipublikasikan. (sumber: <https://addons.mozilla.org>, diakses 13 Januari 2015)

Dari keseluruhan fitur Ad-Ons yang ditawarkan Mozilla, tentunya ada sebuah fitur yang paling banyak digunakan oleh pengguna Mozilla Firefox yang dianggap sebagai fitur yang paling banyak memberikan manfaat dan keuntungan ketika menjelajahi internet di dalam dunia maya. Telah dilakukan pra penelitian pula terhadap fitur apa yang menjadi unggulan dan paling sering digunakan dalam aplikasi *browser* Mozilla Firefox.

Dari hasil pra penelitian tersebut juga dapat ditarik kesimpulan bahwa para pengguna aplikasi *browser* Mozilla Firefox paling banyak menggunakan fitur Add-Ons Adblock sebagai fitur tambahan yang paling banyak memberikan manfaat. Terlihat 33,33% memilih fitur Adblock. Untuk fitur selanjutnya yang paling banyak kedua digunakan adalah Internet Download Manager Integration Module dengan perolehan 28,57%. Dan posisi ketiga adalah tema firefox yang menyuguhkan tampilan yang berbeda dari pengguna lainnya. Untuk fitur Add-Ons lainnya yang dianggap kurang memberikan keuntungan dan manfaat yaitu Firebug, Down Them All, AvastWeb Antivirus dan SQL Lite ternyata memiliki proporsi dibawah 5% dengan masing-masing memperoleh 4,76%, 2,38%, 2,38% dan 2,38%. Penjelasan data tersebut tergambar dalam Gambar 1.7.



Sumber: Pra Penelitian, data diolah, 2015

Gambar 1. 7
Tingkat Penggunaan Fitur Add-Ons Mozilla Firefox

Berdasarkan uraian dan data yang telah dijelaskan, penyusun tertarik untuk meneliti permasalahan dimana semakin meningkatnya pengguna internet di Indonesia tidak berbanding lurus dengan penggunaan aplikasi *browser* Mozilla firefox yang dimana mengalami penurunan yang signifikan dari tahun ketahun. Untuk memberikan solusi atas permasalahan tersebut, Mozilla Firefox menawarkan berbagai macam fitur yang menarik dan sangat membantu para *netizen* dalam menjelajahi internet. Berdasarkan pra penelitian, Add-Ons yang banyak digunakan oleh para *netizen* adalah fitur Adblock.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan, penyusun tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Merek dan Fitur Add-Ons Adblock Terhadap Keputusan Pengguna Aplikasi *Browser* Mozilla Firefox”**. Survei terhadap mahasiswa program studi Ilmu Komputer Universitas Pendidikan Indonesia.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Teknologi merupakan hal yang tidak akan lepas dari kehidupan manusia. Fungsi teknologi dari waktu ke waktu memberikan manfaat yang besar untuk aktivitas manusia. Salah satu penemuan teknologi yang berperan penting dalam kehidupan sekarang adalah internet. Dengan internet, manusia dapat melakukan aktivitas dengan mudah dan praktis. Banyak manfaat yang diberikan seperti berkomunikasi dengan teman atau keluarga, melakukan bisnis *online*, membantu hal promosi barang atau jasa, menyimpan data dengan bebas dan lainnya.

Untuk melakukan *browsing* di internet, tentunya pengguna internet atau *netizen* memerlukan suatu aplikasi sebagai penunjang masuk kedalam *search engine* yang ada. Ada beberapa aplikasi *browser* yang sekarang ini mengalami peningkatan penggunaan dan adapun yang mengalami penurunan.

Saat ini, aplikasi *browser* Mozilla Firefox sedang mengalami penurunan penggunaan di dunia maupun di Indoensia. Bila kita lihat, pengguna internet di Indonesia hingga tahun 2014 mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Seharusnya hal ini akan berdampak positif pada penggunaan aplikasi Mozilla Firefox. Tetapi hasil dilapangan tidak seperti apa yang diharapkan, maka dengan hal tersebut terdapat suatu permasalahan yang dapat diidentifikasi. Hal ini juga membuktikan bahwa banyak *netizen* yang berpindah menggunakan aplikasi selain Mozilla Firefox sebagai aplikasi *browser*.

Sebagai jalan keluar dari permasalahan tersebut, Mozilla dengan keunggulannya yaitu dengan memiliki citra merek yang baik dan kuat akan memberikan sebuah solusi untuk meningkatkan penggunaannya. Selain memiliki keunggulan dalam citra merek, Mozilla Firefox juga memiliki banyak fitur penunjang untuk para *netizen* disaat mereka menjelajahi dunia maya. Fitur yang tersedia di Mozilla Firefox memang tidak dimiliki oleh aplikasi *browser* lainnya. Menurut pra penelitian, fitur unggulan yang banyak digunakan oleh *netizen* adalah

fitur Adblock. Dengan begitu diharapkan fitur Adblock yang dimiliki oleh Mozilla Firefox akan meningkatkan pengguna aplikasi ini.

1.3 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan fenomena tersebut dan data yang relevan, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana deskripsi citra merek aplikasi *browser* Mozilla Firefox menurut mahasiswa program studi Ilmu Komputer Universitas Pendidikan Indonesia?
2. Bagaimana deskripsi fitur Add-Ons Adblock aplikasi *browser* Mozilla Firefox menurut mahasiswa program studi Ilmu Komputer Universitas Pendidikan Indonesia?
3. Bagaimana deskripsi keputusan pengguna aplikasi *browser* Mozilla Firefox menurut mahasiswa program studi Ilmu Komputer Universitas Pendidikan Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh citra merek dan fitur Add-Ons Adblock terhadap keputusan pengguna aplikasi *browser* Mozilla Firefox secara parsial menurut mahasiswa program studi Ilmu Komputer Universitas Pendidikan Indonesia?
5. Bagaimana pengaruh citra merek dan fitur Add-Ons Adblock terhadap keputusan pengguna aplikasi *browser* Mozilla Firefox secara simultan menurut mahasiswa program studi Ilmu Komputer Universitas Pendidikan Indonesia?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai antara lain:

1. Untuk mengetahui deskripsi citra merek aplikasi *browser* Mozilla Firefox menurut mahasiswa program studi Ilmu Komputer Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Untuk mengetahui deskripsi fitur Add-Ons Adblock aplikasi *browser* Mozilla Firefox menurut mahasiswa program studi Ilmu Komputer Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Untuk mengetahui deskripsi keputusan pengguna aplikasi *browser* Mozilla Firefox menurut mahasiswa program studi Ilmu Komputer Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh citra merek dan fitur Add-Ons Adblock terhadap keputusan pengguna aplikasi *browser* Mozilla Firefox secara parsial menurut mahasiswa program studi Ilmu Komputer Universitas Pendidikan Indonesia.
5. Untuk mengetahui pengaruh citra merek dan fitur Add-Ons Adblock terhadap keputusan pengguna aplikasi *browser* Mozilla Firefox secara simultan menurut mahasiswa program studi Ilmu Komputer Universitas Pendidikan Indonesia.

1.5 Kegunaan Penelitian

- a. Secara Teoritis, penelitian ini dapat berguna dengan memberikan kontribusi dalam bidang keilmuan bagi para akademisi. Keilmuan tersebut khususnya dalam bidang manajemen pemasaran yang bila dikerucutkan hal ini dapat berguna dalam konsep bauran pemasaran jasa. Selain itu, konsep keilmuan dalam hal keputusan pengguna yang diharapkan dapat membantu dalam referensi teori lainnya.
- b. Secara Praktis, penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk Mozilla Firefox dalam pengambilan keputusan di dunia sesungguhnya dan dapat

memberikan kontribusi untuk menentukan strategi-strategi pemasaran lainnya sehingga pengguna Mozilla Firefox mengalami peningkatan dan pada akhirnya aplikasi *browser* Mozilla Firefox menjadi aplikasi *browser* yang memimpin pasar Indonesia maupun dunia.