

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini dapat ditarik beberapa kesimpulan yang bersifat umum mengenai pengaruh citra merek dan fitur produk terhadap keputusan pengguna aplikasi *browser* Mozilla Firefox. Adapun beberapa kesimpulan tersebut sebagai berikut:

1. Citra merek dalam penelitian ini diukur berdasarkan beberapa indikator yaitu *favorability of brand association*, *strength of brand association* dan *uniqueness of brand association*. Tingkat citra merek dari aplikasi *brower* Mozilla Firefox memiliki nilai dalam kategori sedang. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan perhitungan daerah kontinum. Pernyataan tersebut mengindikasikan bahwa Mozilla Firefox tidak sepenuhnya memiliki citra baik di dalam benak pengguna internet karena adanya beberapa produk pesaing yang memiliki citra merek lebih unggul.
2. Pengukuran fitur produk pada penelitian ini memiliki beberapa indikator dengan masing-masing ukuran yang berbeda. Indikator tersebut adalah kualitas, inovasi, keunggulan, kinerja dan mutakhir. Berdasarkan perhitungan daerah kontinum, fitur produk AdBlock aplikasi *browser* Mozilla Firefox ternyata memiliki nilai dalam kategori sedang. Hal tersebut membuktikan bahwa fitur AdBlock Mozilla Firefox menurut para pengguna internet masih belum memiliki kelebihan yang berarti dalam membantu menjelajahi internet dan dalam memenuhi kebutuhan.
3. Keputusan pengguna dalam penelitian ini dibentuk berdasarkan beberapa indikator yang berbeda seperti pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan penyalur dan waktu penggunaan. Kategori keputusan pengguna untuk aplikasi *browser* Mozilla Firefox masih berada dalam tingkat sedang. Pernyataan tersebut disimpulkan berdasarkan hasil perhitungan menggunakan daerah kontinum. Hal tersebut mengindikasikan bahwa keputusan untuk menggunakan

Mozilla Firefox sebagai aplikasi penjelajah internet bagi pengguna internet masih belum maksimal. Artinya masih ada sebagian orang yang menggunakan aplikasi lain sebagai program penjelajah internet.

4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra merek dan fitur produk terhadap keputusan pengguna aplikasi *browser* Mozilla Firefox. Menurut pengujian yang telah dilakukan, penggunaan Mozilla Firefox lebih dipengaruhi oleh citra merek sedangkan untuk pengaruh fitur produk memiliki pengaruh yang tidak terlalu besar bagi pengguna aplikasi ini.
5. Tingkat pengaruh citra merek dan fitur produk telah diuji menggunakan uji secara parsial dan uji secara simultan. Berdasarkan uji secara parsial, citra merek dan fitur produk telah terbukti mempengaruhi kepada keputusan pengguna secara parsial yang berarti pengaruh yang ada disebabkan oleh adanya kontribusi masing-masing variabel secara terpisah. Sedangkan untuk uji secara simultan dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh dari citra merek dan fitur produk terhadap keputusan pengguna aplikasi *browser* Mozilla Firefox secara bersamaan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah diungkapkan, diperlukan adanya beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dan diharapkan akan memberikan kontribusi yang berarti untuk perusahaan Mozilla guna meningkatkan pengguna aplikasi *browser* Mozilla Firefox. Saran tersebut antara lain:

1. Hasil kesimpulan menyatakan bahwa citra merek Mozilla Firefox masih berada dalam kategori sedang. Pada keseluruhan indikator citra merek, *favorability of brand association* masih harus ditingkatkan khususnya pada ukuran kredibilitas Mozilla Firefox dalam memberikan pelayanan masih kurang. Kemampuan yang diinginkan oleh pengguna internet adalah kemampuan sebuah aplikasi yang banyak mendukung kegiatan yang berkaitan dengan internet. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kemampuan kinerja Mozilla Firefox dalam pengoperasiannya.

2. Dalam penggunaan Mozilla Firefox, para pengguna tidak terlalu mementingkan adanya fitur AdBlock sebagai fitur tambahan. Hal tersebut diperkuat dengan bukti nilai yang kecil dari pengaruh fitur produk terhadap keputusan pengguna. Salah satu upaya dalam meningkatkan pengguna Mozilla Firefox adalah dengan menambahkan fitur baru sebagai inovasi yang dapat memenuhi kebutuhan pengguna internet ketika sedang menjelajahi internet. Inovasi yang dilakukan seharusnya tidak dimiliki oleh aplikasi *browser* lainnya.
3. Dalam penelitian ini telah membahas mengenai citra merek dan fitur terhadap keputusan pengguna. Agar memberikan peluang lebih tinggi pada pemecahan masalah yang ada, diharapkan melakukan penelitian dengan objek dan indikator yang berbeda dengan penelitian ini sehingga permasalahan dapat terpecahkan melalui sudut pandang yang berbeda.