

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan teori, hasil penelitian, dan pengujian analisis regresi linear sederhana yang dilakukan mengenai pengaruh produk *bundling* terhadap keputusan penggunaan internet dan TV berlangganan (survei pada pengguna First Media di kota Bandung) dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Produk *bundling* pada pengguna produk *bundling* First Media di kota Bandung berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa produk *bundling* First Media sudah baik. Dimensi yang memiliki penilaian paling tinggi yaitu cara penggabungan produk, sedangkan dimensi yang memiliki penilaian paling rendah yaitu dimensi ketepatan.
2. Keputusan penggunaan produk *bundling* First Media pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan produk *bundling* First Media sudah baik. Dimensi yang memiliki penilaian paling tinggi yaitu *physical features* (fitur fisik), sedangkan dimensi yang memiliki penilaian paling rendah yaitu *social features* (fitur sosial).
3. Produk *bundling* mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik produk *bundling*, maka semakin baik pula keputusan penggunaan tersebut.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai produk *bundling* yang dapat meningkatkan keputusan penggunaan, yaitu sebagai berikut:

1. Produk *bundling* First Media dapat ditingkatkan dengan melalui beberapa hal, diantaranya dengan:
 - a. Pertama, penilaian pengguna terhadap dimensi ketepatan pada pernyataan durasi iklan TV produk *bundling* First Media sudah tepat yang dinilai pengguna mendapat nilai yang paling lemah. First Media selama ini hanya

menumpang iklan pada acara TV tertentu saja yang durasinya sangat singkat. Diharapkan First Media lebih mementingkan menginformasikan produknya dengan membuat iklan TV sendiri yang lebih menarik bagi pengguna agar pengguna selalu mengingat First Media.

- b. Kedua, penilaian pengguna terhadap dimensi harga pada pernyataan harga produk *bundling* yang ditetapkan First Media sudah sesuai dengan varian *bundling* yang dinilai pengguna mendapat nilai yang paling lemah. Dengan menyeimbangkan kecepatan internet dan TV berlangganan yang ditawarkan diharapkan pengguna lebih menyukai harga yang ditawarkan, seperti pada varian First Combo pada produk *bundling* Family Extra yang menawarkan kecepatan internet sebesar 2 Mbps dan 86 channels TV kabel dengan harga Rp. 196.900, padahal rata-rata perusahaan lain menawarkan lebih dari 95 channels TV kabel dengan harga yang relatif sama.
 - c. Ketiga, penilaian pengguna terhadap dimensi kemenarikan pada pernyataan produk *bundling* First Media mudah didapatkan yang dinilai pengguna mendapat nilai yang paling lemah. Dengan memberikan pengguna informasi yang lengkap tentang alamat dan nomor telepon kantor First Media, serta memperluas jangkauan penggunaan di daerah-daerah yang belum terjangkau dengan mendirikan kantor First Media diberbagai daerah dan tidak hanya ada satu kantor saja sehingga pengguna lebih mudah menjangkau produk *bundling* yang diinginkan dengan lebih mudah dan tidak terhambat jarak dan waktu untuk mendapatkannya.
 - d. Keempat, penilaian pengguna terhadap dimensi cara penggabungan produk pada pernyataan produk *bundling* yang ditawarkan First Media dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Produk *bundling* yang ditawarkan First Media hanya lima varian saja dan dengan rentan yang cukup signifikan seperti varian pertama yaitu Family Extra yang menawarkan internet dengan kecepatan 2 Mbps sedangkan varian kedua yaitu Dlite dengan kecepatan internet 6 Mbps. Sebaiknya, First Media lebih banyak lagi menawarkan varian produk *bundling*nya dengan rentan jarak yang tidak jauh misalnya ada varian internet 1 Mbps, 2 Mbps, 3 Mbps dan yang lainnya agar lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna.
2. Keputusan penggunaan produk *bundling* First Media dapat ditingkatkan melalui beberapa hal, diantaranya dengan:
 - a. Meningkatkan interaksi dengan pengguna melalui dunia maya seperti website dan media sosial lainnya yang lebih memudahkan pengguna untuk mencari informasi mengenai produk *bundling* First Media.

- b. Mengikutsertakan pengguna dalam penggunaan produk *bundling* First Media seperti pengguna bisa menyesuaikan pemasangan parabola untuk TV berlangganan yang akan digunakan sesuai keinginan pengguna tersebut.
3. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa produk *bundling* berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan, maka dengan demikian penulis merekomendasikan supaya perusahaan terus meningkatkan pelaksanaan produk *bundling* dengan terus meningkatkan kualitas internet dan TV berlangganan yang ditawarkan serta varian produk *bundling* yang lebih beragam sehingga setiap golongan masyarakat bisa melakukan keputusan penggunaan pada produk *bundling* First Media.