

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian teori dan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan *path analysis* antara *feature* terhadap keputusan menggunakan aplikasi Facebook Messenger (Survei pada Pengguna Facebook Messenger di Kota Bandung) maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Gambaran mengenai *feature* dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri dari *completeness*, *distinction*, *uniqueness*, *innovation* dan *simplicity* berada pada kategori **setengahnya**. Hal ini menunjukkan bahwa *feature* Facebook Messenger menurut setengah dari penggunanya sudah cukup baik namun masih perlu ditingkatkan lagi. Dimensi *innovation* atau inovasi merupakan dimensi yang memiliki penilaian paling rendah dalam mempengaruhi keputusan menggunakan, sedangkan dimensi yang memiliki pengaruh besar terhadap keputusan menggunakan adalah *simplicity* atau kesederhanaan *feature* untuk mempengaruhi konsumen.
2. Gambaran keputusan menggunakan Facebook Messenger pada responden pengguna Facebook Messenger di kota Bandung yang diukur berdasarkan pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian, pemilihan waktu pembelian dan jumlah pembelian secara keseluruhan berada pada kategori **setengahnya**. Hal ini menunjukkan bahwa setengah dari responden penelitian menyatakan keputusan menggunakan Facebook

Messenger sudah baik namun harus ditingkatkan lagi karena baru setengahnya yang memberikan *statement* demikian. Dimensi pemilihan saluran secara keseluruhan memiliki nilai paling tinggi, sedangkan untuk dimensi yang memiliki nilai terendah adalah dimensi pemilihan merek.

3. *Feature* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan menggunakan Facebook Messenger dengan tingkat korelasi sebesar 81%, sedangkan untuk pengaruh variabel lain yang tidak diteliti adalah sebesar 19%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai untuk *feature* sebuah Facebook Messenger maka akan semakin tinggi pula keputusan menggunakan Facebook Messenger.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai *feature* terhadap keputusan menggunakan Facebook Messenger, yaitu :

1. Membuat fitur yang lebih maskulin untuk mempertahankan pengguna Facebook Messenger yang berjenis kelamin laki-laki
2. Membuat fitur yang masuk kategori remaja untuk mempertahankan dan menambah pengguna yang berada pada jenjang usia kurang dari 20 tahun
3. Membuat fitur yang cocok untuk usia lebih dari 50 tahun, misalkan fitur kategori *family*
4. Membuat fitur yang dibutuhkan oleh kalangan PNS guna menambah pengguna di kalangan PNS

5. Facebook Messenger menambah aspek kualitas pada fitur baik dari animasi-animasi, *picture*, *video*
6. Melakukan inovasi terhadap fitur-fitur yang dimiliki, misalkan *hologram chat*
7. Meningkatkan kualitas *speed feature* Facebook Messenger
8. Facebook Messenger lebih memperhatikan kelengkapan fitur yang dimiliki, sehingga fungsinya sesuai dengan yang dibutuhkan pengguna
9. Dalam bidang pendidikan, diharapkan para pengelola pendidikan lebih memperhatikan aspek-aspek yang bisa menunjang proses pembelajaran
10. Sekolah memiliki fitur-fitur dimana bisa menambah daya tarik terhadap calon peserta didik, misalkan kegiatan ekstrakurikuler, keikutsertaan sekolah terhadap event-event di daerah, nasional atau internasional.
11. Sebagai tenaga profesional, guru sebaiknya mampu memahami semua aspek yang harus diajarkan kepada peserta didik, karena pelayanan guru termasuk ke dalam fitur atau hal-hal yang bisa menunjang keinginan calon peserta didik untuk sekolah di SMK.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrida, Fatharanim. 2012. *Pengaruh Gaya Hidup (life style), harga (price), dan Kelompok Referensi (Reference Group) terhadap Keputusan Pembelian Telepon Seluler Blackberry*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Albert Kurniawan. 2010. *Belajar Mudah SPSS Untuk Pemula*. Yogyakarta: Mediakom
- Ali, Moch. 1985. *Penelitian Pendidikan Prosedur dan Strategi*. Bandung: Angkasa
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- AlRasyid, Harun. 1994. *Teknik Penarikan Sampel dan Penyusunan Skala*. Bandung: Universitas Padjajaran
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: Bina Aksara
- \_\_\_\_\_. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: Bina Aksara
- \_\_\_\_\_. 2011. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: Bina Aksara
- Boonlertvanich, Kawee. 2009. *Consumer Buying and Decision Making Behaviour of a Digital Camera in Thailand RU Int. vol. 3(1). Emerald Group Publishing Limited*
- Budiyanto, Agus. 2013. *Keputusan Pembelian Blackberry Remaja ditinjau dari Kelompok Acuan*. Malang: Universitas Muhammadiyah (ISSM: 2301. Vol. 01, No.01, Agustus 2013)
- Christon, Sealey. 2001. *In Simplicity Marketing: End Brand Complexity, Clutter, adn Confusion. American Library: Free Press*
- Darajat, Zakiah. 1990. *Kesehatan Mental*. Jakarta: CV Haji Masagung
- De Angelis, Matto. 2008. *The Effect of Adding Features on Product Attractiveness: The Role of Product Perceived Congruity*.
- Fontana, Avanti. 2011. *Innovate We Can!*. Bekasi: Cipta Inovasi Sejahtera

- Gaeff. 1996. *Using Promotional Message*. *Jurnas.com*
- Hariyanti, D. 2011. *Remaja. 64% Pengguna Jejaring Sosial*. *Jurnas.com*
- Hermawan, Asep. 2009. *Penelitian Bisnis*. Jakarta: PT Grasindo
- Hoyer, Macinnis. 2010. *Consumer Behavior Fifth Edition*. South Western: *Cengage Learning*.
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. CV. Alfabeta, Bandung
- Imran, H. A. 2009. *Aktifitas Komunikasi dan media jejaring sosial*.
- Jiaqin Yang. 2007. *Social Reference Group Influence on Mobile phone Purchasing Behaviour: a cross-nation comparative study*. USA: Georgia College and State University (*Int. J. Mobile Communication*, Vol. 5, No. 3, 2007)
- Kotler, Armstrong. 2002. *Principle of Marketing 14<sup>th</sup> edition*. New Jersey: *Pearson Prentice Hall*
- \_\_\_\_\_. 2004. *Principle of Marketing*. New Jersey: *Pearson Prentice Hall*
- \_\_\_\_\_. 2006. *Principle of Marketing*. New Jersey: *Pearson Prentice Hall*
- \_\_\_\_\_. 2012. *Principle of Marketing*. New Jersey: *Pearson Prentice Hall*
- Kotler, Keller. 2007. *Marketing Management 14<sup>th</sup> edition*. New Jersey: *Pearson Prentice Hall*
- \_\_\_\_\_. 2012. *Marketing Management 14<sup>th</sup> edition*. New Jersey: *Pearson Prentice Hall*
- Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Maholtra, K.Naresh. 2010. *Marketing Research*. 6<sup>th</sup> edition. United State of America: *Prentice Hall. Inc*
- Mokhlis, Safiek dll. 2009. *Consumer Decision-Making Styles in Malaysia: An Exploratory Study of Gender Differences*. *European Journal of Social Sciences –Volime 10, Number 4)*

- Noe, Raymond A, et al., 2003. *Human Resources Management: Gaining a Competitive Advantage, 4<sup>th</sup> edition*. New York: McGeaw-Hill/Irwin
- Oktaviani, Fani. 2013. *Pengaruh Person dan Process terhadap Kepuasan Pasien*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia
- Papalia, D. E., Olds, S. W., & Feldman, R. D. (2007). *Human Development*. New York: McGraw Hill
- Parsons. 2010. *Etika Public Relation*. Jakara: Erlangga
- Perner. 2008. *Crisis of Global Business and Consumer Behaviour*. *IJBM (International Journal of Bisnis dan Manajemen Vol. 6 No.01)*
- Ririn, Tri Ratnasari dan Mastuti. 2011. *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Saladin, Djaslim. 2007. *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran*. Bandung: CV Linda Karya
- Santrock, J. W. 2007. *Remaja Edisi Kesebelas*. Jakarta: Erlangga
- Sekaran, Uma. 2009. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Semuel, Hatane. 2007. Perilaku dan Keputusan Pembelian Konsumen Restoran melalui Stimulus 50% Discount di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 2: Universitas Kristen Petra*
- Simamora, Bilson. 2011. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakart, DAELER Gramedia Pustaka Utama
- Sudjana. 2000. *Metode Statistik*. Bandung:Tarsito
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta
- \_\_\_\_\_. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- \_\_\_\_\_. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta
- \_\_\_\_\_. 2013. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. 2009. *Perilaku Konsumen dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- \_\_\_\_\_. 2011. *Perilaku Konsumen dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia

- Tjiptono, Fandy, et. all. 2004. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: PT. ANDI Offset
- \_\_\_\_\_. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: PT. ANDI Offset
- \_\_\_\_\_. 2013. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: PT. ANDI Offset
- Umar, Husein. 2008. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Yakub, Jablonski. 2012. *Pengantar Sistem Informasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu Al Fatta
- Yessika A, Aditya dkk. 2012. *Pengaruh Citra Merek, Desain, dan Fitur Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia*. Makassar
- Yoseptian, L., Soewondo, S., & Zulkaida, A. 2011. *Kebutuhan Afiliasi Mahasiswa Pengguna Facebook*.
- Zeithaml et.al. 2013. *Service Marketing*. USA: Irwin McGrawHill.
2013. [online] available <http://www.telkomsolution.com>
2013. [online] available <http://www.trenologi.com>
2013. [online] available <http://www.jagatreview.com>
2013. [online] available <http://rss2search.com>
2013. [online] available <http://www.ccsenet.org>
2013. [online] available <http://tiuspj.blogspot.com>
2013. [online] available <http://tekno.kompas.com>
2013. [online] available <http://techcrunch.com>
2013. [online] available <http://www.zoeldhan-infomanajemen.com>
2013. [online] available <http://teknologi.kompasiana.com>
2013. [online] available <http://gigaom.com>
2013. [online] available <http://www.bridgeratings.com>
2013. [online] available <http://techlifepost.com>
2013. [online] available <http://socialbaker.com>
2013. [online] available <http://quintly.com>
2014. [online] available <http://www.experian.com>
2014. [online] available <http://www.InternetWorldStats.com>
2014. [online] available <http://www.emeraldinsight.com>
2014. [online] available <http://www.slideshare.net>
2014. [online] available <http://staff.uny.ac.id>
2014. [online] available <http://www.academia.edu>

2014. [online] available <http://www.bcritateknologi.com>



