



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### Kesimpulan dan Saran

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti dengan menggunakan *software* Lisrel 8.8 menggambarkan bahwa hasil yang didapatkan tidak semua variabel memiliki pengaruh yang positif terhadap *stickiness* dengan telaah pada aplikasi Telegram. Walaupun tidak semua berpengaruh positif tetapi peneliti menemukan bahwa model memiliki tingkat validitas dan juga reliabilitas yang baik terhadap objek penelitian. Berikut merupakan kesimpulan dari temuan peneliti dari penelitian ini:

1. *Symbolic physicality* memiliki pengaruh yang positif terhadap *perceived curiosity* temuan ini diketahui peneliti dari hasil *t-value* yang berada di angka 3.10, sehingga dapat disimpulkan bahwa jika fitur-fitur yang dihadirkan oleh aplikasi Telegram memiliki elemen dari dunia nyata akan mendorong pengguna Telegram untuk lebih berkeinginan untuk mengeksplorasi lebih jauh penggunaan aplikasi Telegram.
2. *Symbolic physicality* tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap *perceived enjoyment* temuan ini diketahui peneliti dari hasil *t-value* yang tidak mencapai angka  $\geq 1.65$  dan hanya berada di angka  $-0.033$ , hal ini selaras dengan penelitian terdahulu oleh Wu *et al.*, (2011), ini dapat terjadi karna fitur-fitur atau elemen

dunia nyata belum tentu dapat memberikan rasa senang kepada penggunanya karena walaupun elemen tersebut dimasukkan kedalam aplikasi belum tentu setiap orang menyukai fitur atau layanan tersebut.

3. *Inherent sociability* memiliki pengaruh yang positif terhadap *perceived curiosity*, temuan ini penulis ketahui dari hasil *t-value* yang mencapai angka 2.97, sehingga dapat disimpulkan fitur yang dapat memfasilitasi pengguna aplikasi Telegram untuk meningkatkan komunikasi atau interaksi antar pengguna akan meningkatkan rasa keingintahuan dari pengguna aplikasi Telegram.
4. *Inherent sociability* tidak memiliki pengaruh yang positif dengan *perceived enjoyment*, temuan ini peneliti ketahui berdasarkan hasil *t-value* yang berada di angka -1.02, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengguna Telegram akan tertarik jika aplikasi Telegram menyediakan fitur yang meningkatkan komunikasi atau interaksi antar pengguna. Namun dalam penelitian ini, para pengguna aplikasi Telegram tidak menganggap bahwa fitur tersebut akan membuat mereka senang.
5. *Perceived curiosity* secara positif memiliki pengaruh terhadap *perceived enjoyment*, temuan ini diketahui peneliti setelah melihat hasil *t-value* yang berada di angka 1.80, sehingga berdasarkan hal itu dapat disimpulkan bahwa penting bagi aplikasi Telegram untuk memberikan fitur yang dapat meningkatkan rasa ingin tahu serta pengalaman sensorik sehingga dapat meningkatkan rasa senang dari pengguna aplikasi Telegram.

6. *Perceived Enjoyment* memiliki pengaruh yang positif terhadap *stickiness*, temuan ini diketahui peneliti setelah melihat hasil *t-value* yang berada diangka 6.90, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa semakin menyenangkan fitur-fitur yang dihadirkan oleh Telegram maka akan semakin tinggi pula minat pengguna Telegram untuk menetap dan terus memakai aplikasi Telegram.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti serta kesimpulan diatas, maka peneliti ingin memberikan saran bagi perusahaan untuk kemajuan perusahaan serta saran untuk penelitian selanjutnya apabila di lain waktu terdapat peneliti atau peneliti yang tertarik membahas topik yang sama.

### **5.2.1 Saran Bagi Perusahaan**

Berikut ini merupakan beberapa saran yang diberikan peneliti kepada perusahaan:

1. Peneliti menilai bahwa seharusnya Telegram sudah memiliki fitur-fitur dasar yang telah umum ada di aplikasi-aplikasi sejenis seperti video call karna akan meningkatkan kualitas dari komunikasi dan juga interaksi antar pengguna.
2. Aplikasi Telegram dapat memanfaatkan lebih lagi basis cloud dengan membuat inovasi berupa game console sehingga dapat memberikan keunikan tersendiri dan juga pengalaman yang menarik bari para pengguna aplikasi Telegram.

3. Aplikasi Telegram dapat mengikuti jejak kompetitor dengan membuat fitur tambahan baru seperti e-wallet dan juga komik atau buku sehingga dapat membuat para pengguna lebih menikmati layanan dari aplikasi Telegram.
4. Guna meningkatkan jumlah pengguna dari aplikasi Telegram, peneliti menyarankan untuk meningkatkan *awareness* dari aplikasi Telegram seperti dengan melakukan kontrak dengan influencer ataupun brand ambassador guna meningkatkan pamor dari aplikasi Telegram

### **5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya**

Melalui penelitian ini, peneliti juga ingin memberikan saran kepada peneliti atas peneliti selanjutnya yang ingin membahas topik yang sama, antara lain:

1. Penelitian ini hanya terbatas pada update terakhir dari aplikasi Telegram sehingga untuk penelitian selanjutnya peneliti dapat melakukan update terbaru dari fitur-fitur yang ditawarkan oleh aplikasi Telegram
2. Dalam penelitian ini juga peneliti menemukan kelemahan karna variabel yang diuji masih jarang digunakan sehingga peneliti mendapati kendala dalam hal penemuan definisi ataupun hubungan antar variabel, sehingga peneliti menyarankan untuk lebih mengeksplor lagi model yang lebih baik sehingga memiliki dasar yang lebih kuat.
3. Dalam penelitian ini juga peneliti hanya menggunakan profil responden dari segi profesi, umur, dan domisili, sehingga untuk penelitian selanjutnya peneliti

dapat menambahkan aktivitas apa yang biasa dilakukan saat menggunakan aplikasi *social network site*

4. Dalam penelitian ini, variabel hanya terbatas pada *symbolic physicality*, *inherent sociability*, *perceived curiosity*, *perceived enjoyment*, dan *stickiness*. Oleh karena itu pada penelitian selanjutnya, peneliti dapat menambahkan variabel *satisfaction* guna mengetahui pengaruhnya terhadap *stickiness*. Penelitian oleh (Hsu & Lin, 2016) menunjukkan bahwa *satisfaction* sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi *stickiness*.