



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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

Hasil analisis data dengan menggunakan *structural equation modeling* (SEM) menunjukkan bahwa data pada penelitian ini memiliki kecocokan dengan model penelitian yang diajukan. Untuk model pengukuran seluruh indikator memiliki kriteria valid dan seluruh variabel memiliki reliabilitas atau konsistensi pengukuran yang baik. Berdasarkan model struktural dari empat hipotesis penelitian yang diajukan ternyata hasil hipotesis tidak semuanya mencerminkan hasil penelitian jurnal utama penelitian ini yaitu oleh Ding *et al.*, (2011) sehingga hasil dari model struktural tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Convenience* memiliki pengaruh terhadap *dependency* dalam penggunaan ponsel Blackberry. Hal ini disebabkan ponsel Blackberry mampu memberikan kenyamanan, kepraktisan, dan kemudahan konsumennya untuk membantu melakukan pekerjaan yang sifatnya penting maupun untuk aktifitas sehari-hari.
2. *Social Needs* tidak memiliki pengaruh terhadap *dependency* dalam penggunaan ponsel Blackberry. Hal ini disebabkan aplikasi sosial media yang tidak berkembang pada ponsel Blackberry dimana pada ponsel android maupun ponsel iPhone memberikan lebih banyak aplikasi sosial media yang lebih banyak dan lebih ter-

Disamping itu adanya *Blackberry Messenger* yang dapat digunakan di ponsel iPhone dan android membuat konsumen tidak perlu lagi menggunakan ponsel Blackberry agar dapat menggunakan *Blackberry Messenger* atau disingkat BBM.

3. *Social Influence* tidak memiliki pengaruh terhadap *dependency* dalam penggunaan ponsel Blackberry. Hal ini disebabkan pada saat penulis membuat penelitian ini ponsel merk Blackberry sedang turun namanya di dunia maupun di Indonesia dan yang sedang menjadi tren adalah Samsung dengan ponsel Androidnya dan Apple dengan ponsel iPhonena, disamping itu pergaulan sosial saat ini tidak selalu membutuhkan ponsel Blackberry seperti 4-5 tahun yang lalu.

4. *Dependency* memiliki pengaruh terhadap *purchase behaviour* dalam penggunaan ponsel Blackberry. Hal ini disebabkan dengan ketergantungan konsumen dengan ponsel Blackberry yang membantu aktifitas dan kegiatan rutusnya maka dapat membuat konsumen untuk berpikir akan membeli ponsel Blackberry di masa yang akan datang.

5.2 Saran

Hasil dari penelitian ini yang menggunakan SEM menunjukkan bahwa *convenience* memiliki pengaruh terhadap *dependency* dimana *dependency* memiliki pengaruh terhadap *purchase behaviour*. Sedangkan *social needs* dan *social influence* tidak memiliki pengaruh terhadap *dependency*. Untuk itu penulis membagi saran menjadi dua untuk implikasi manajerial dan implikasi teoritis.

5.2.1 Saran Implikasi Manajerial

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *social needs* tidak signifikan berpengaruh kepada *dependency* namun berdasarkan literatur studi dari; Tikkanen, (2009); Lipincott, (2010); Wei dan Lo, (2006); Morgan dalam Ding *et al.*, (2011) Bodker *et al.*, (2009); (Raskin, 2006); Bridges *et al.*, (2010) menunjukkan bahwa adanya pengaruh *social needs* terhadap *dependency* maka karena itu saran penulis untuk faktor *social needs* adalah :

1. RIM harus bekerja sama dengan *developer* untuk menambah aplikasi sosial media yang tersedia saat ini di ponsel Android dan iPhone namun tidak tersedia di ponsel Blackberry seperti *Path*, *Instagram*, *Waze*, *Flipboard*, *Dropbox*, *Pinterest*, dan sebagainya.
2. Dengan membuat promo berupa *emoticon* atau *sticker* gratis eksklusif khusus untuk aplikasi sosial berbasis *chatting* media seperti *Line*, *Kakaotalk*, *Whatsapp* untuk pengguna ponsel Blackberry.
3. Membatasi fitur penggunaan *Blackberry Messenger* dengan membuat aplikasi *Blackberry Messenger* menjadi berbayar dengan harga yang relatif mahal sehingga eksklusifitas BBM terjaga.
3. RIM Indonesia membuat kesepakatan dengan operator di Indonesia untuk menekan biaya berlangganan *Blackberry Internet Service* menjadi jauh lebih murah dari sebelumnya.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *social influences* tidak signifikan berpengaruh kepada *dependency* namun berdasarkan literatur studi dari; Mason *et al.*, (2007); Klobas dan Clyde dalam Ding *et al.*, (2011); Auter, (2007); Suki dan Suki, (2007); Kim dalam Ding *et al.*, (2011); Basaglia dalam Ding *et al.*, (2011) menunjukkan bahwa adanya pengaruh *social influence* terhadap *dependency* maka karena itu saran penulis untuk faktor *social influence* adalah :

1. Sering mengadakan promo potongan harga dan pameran di berbagai tempat yang strategis seperti *mall* atau pusat perbelanjaan lainnya untuk meningkatkan kembali *awareness* konsumen terhadap ponsel Blackberry.
2. Sering mengadakan kuis interaktif di berbagai media elektronik dengan hadiah utama ponsel Blackberry.
3. Membuat kegiatan kerjasama rutin dengan mensponsori kegiatan-kegiatan di universitas yang berhubungan dengan dunia telekomunikasi dan perkembangan teknologi saat ini.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *convenience* memiliki pengaruh signifikan terhadap *dependency*, namun seiring dengan dinamisnya perkembangan persaingan ponsel saat ini maka harus terus dilakukan penyempurnaan, oleh karena itu saran penulis untuk faktor *convenience* adalah :

1. Mempercepat akses email untuk jauh lebih cepat dan dapat menampung 20 akun *email* dengan bekerjasama dengan provider di Indonesia dan pengembangan pada server RIM sendiri di Kanada.
2. Membuat ponsel Blackberry menjadi lebih tahan banting dan tidak ringkih ketika terjatuh atau tercebur air dengan menggunakan material yang lebih tahan guncangan keras maupun air.
3. Mengembangkan *operating software* yang lebih mudah dan cepat di mengerti beserta tampilan OS yang lebih enak dilihat oleh konsumennya seperti ponsel android maupun iOS dan juga mengembakan *software* untuk Blackberry yang lebih cepat dalam memproses aplikasi dan bebas dari *lag* dan *bug*.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *dependency* memiliki pengaruh signifikan terhadap *purchase behaviour*, namun seiring dengan dinamisnya perkembangan persaingan ponsel saat ini maka harus terus dilakukan penyempurnaan, oleh karena itu saran penulis untuk faktor *dependency* adalah :

1. Membuat sebuah program hadiah bagi konsumen loyalnya untuk terus menggunakan ponsel Blackberry yang bekerjasama dengan semua *provider* di Indonesia.
2. Sering mengadakan seminar gratis bagi para pengguna Blackberry yang bertujuan untuk dapat terus memaksimalkan fungsi-fungsi yang ada pada ponsel mereka.
3. Mengadakan program tukar tambah ponsel lama Blackberry dengan ponsel Blackberry baru bila ada jenis baru yang dipasarkan dengan harga yang lebih memanjakan konsumen.

5.2.2 Saran Implikasi Teoritis

Penelitian ini tentu saja jauh dari sempurna dan memiliki berbagai keterbatasan biaya untuk mencari responden yang memenuhi kriteria seperti dari umur yang seharusnya minimal 21 tahun karena sudah lebih matang dalam mencari keputusan, penggunaan ponsel blackberry yang seharusnya minimal sudah menggunakan selama setahun karena lebih menggambarkan

ketergantungan, dan cakupan area yang terlalu luas tidak fokus pada satu daerah. Selain itu ada keterbatasan biaya dan waktu penelitian yang ada sehingga memerlukan penyempurnaan untuk penelitian di masa yang akan datang. Berikut ini beberapa saran yang memungkinkan untuk penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Bagi peneliti yang tertarik ingin melakukan penelitian lebih lanjut disarankan untuk mengambil sampel lebih banyak namun lebih spesifik pada suatu daerah misalnya area JABODETABEK, umur responden minimal berusia 21 tahun, minimal penggunaan blackberry selama satu tahun untuk hasil penelitian yang lebih baik.
2. Untuk penelitian selanjutnya kriteria responden lebih baik adalah orang yang sering menggunakan Blackberry untuk berjualan secara *online* karena responden kriteria tersebut mempunyai ponsel Blackberry lebih dari satu dan sangat bergantung dengan ponsel Blackberry.
3. Lebih fokus pada judul yang meneliti tentang aplikasi *Blackberry Messenger* (BBM) sebab faktor utama konsumen membeli ponsel Blackberry dikarenakan adanya fitur BBM.
4. Memperluas teori selain *convenience*, *social needs*, dan *social influence* yang dapat mempengaruhi *dependency*.