



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

Penelitian ini menghasilkan analisis dalam variabel apa saja yang mempengaruhi *stickiness* pengguna Whatsapp pada generasi Y dan Z yang berdomisili di Pulau Jawa (Banten, Jawa Barat, DKI Jakarta, Jawa Tengah, D.I. Yogyakarta, dan Jawa Timur). Pengolahan data responden diolah dengan menggunakan metode *structural equation modelling* (SEM) dengan bantuan *software* LISREL 8.70. Variabel yang memiliki pengaruh terhadap *stickiness* adalah *attitude*. Variabel *attitude* dipengaruhi oleh variabel *hedonic value*, *utilitarian value*, *content*, *context*, *infrastructure*.

Pada responden generasi Y, variabel yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *stickiness* adalah variabel *attitude*. Variabel *attitude* dipengaruhi secara signifikan oleh variabel *hedonic value*, *infrastructure*, dan *content*.

Pada responden generasi Z, variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap *stickiness* adalah variabel *attitude*. Variabel *attitude* dipengaruhi secara signifikan oleh variabel *hedonic value* dan *infrastructure*.

Pada penelitian (Hsu & Lin, 2016) *Hedonic value* dan *utilitarian value* sama – sama memiliki pengaruh positif dengan segala hal yang berhubungan dengan perasaan (*mood*, *feelings*, dan *attitudes*), tetapi hal yang dapat disimpulkan pada penelitian ini adalah *hedonic value* jauh lebih mempengaruhi perasaan (*attitude*) pengguna (*user*). Pada penelitian ini menekankan bahwa *hedonic value*

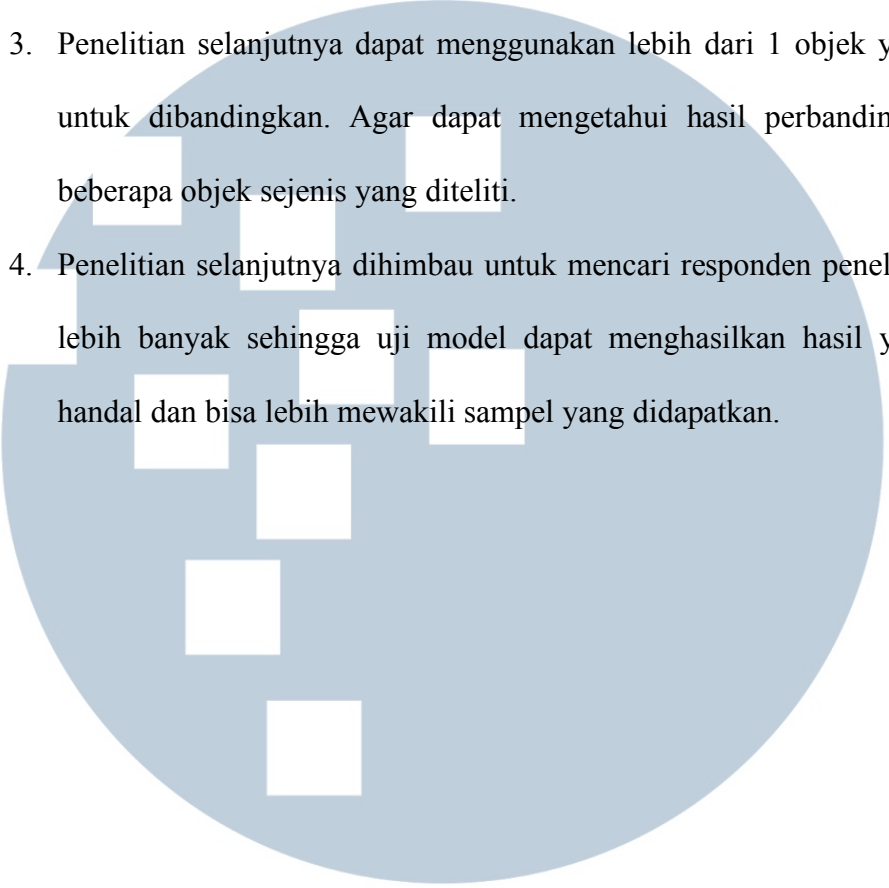
sangatlah penting daripada pemenuhan nilai instrumental bagi penggunanya (*utilitarian value*). *Infrastructure* dan *Content* dalam suatu aplikasi juga merupakan hal yang patut untuk diperhatikan. *Infrastructure* (kemudahan, ketersediaan, kecepatan) harus dirancang dengan sebaik mungkin, agar banyak orang dari berbagai kalangan dapat menggunakan dan menguasai aplikasi tersebut, sehingga fungsionalitas dan isi dari aplikasi tersebut dapat digunakan dan dimanfaatkan sesuai dengan hakikatnya. Aplikasi yang dikembangkan juga disarankan memiliki *content* yang lengkap, jelas, dan tepat bagi generasi Y.

Hal – hal tersebut akan membuat *user* dari aplikasi Whatsapp generasi Y dan Z memiliki perasaan/*attitude* yang positif yang pada akhirnya akan membuat dirinya menjadi *sticky*.

5.2. Saran/*Future Works*

Adapun saran yang dapat diberikan kepada peneliti yang ingin melakukan penelitian sejenis dapat melakukan penyempurnaan pada beberapa hal yang ada pada penelitian ini, diantaranya:

1. Penelitian selanjutnya dapat memperluas *scope*/ruang lingkup penelitian, tidak hanya membandingkan dua generasi. Namun dapat membandingkan lebih dari dua generasi yang berbeda.
2. Penelitian selanjutnya dapat mencari dan menggabungkan model penelitian dari beragam referensi yang didapatkan, sehingga menghasilkan model yang lebih komprehensif.

- 
3. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan lebih dari 1 objek yang layak untuk dibandingkan. Agar dapat mengetahui hasil perbandingan antar beberapa objek sejenis yang diteliti.
 4. Penelitian selanjutnya dihimbau untuk mencari responden penelitian yang lebih banyak sehingga uji model dapat menghasilkan hasil yang lebih handal dan bisa lebih mewakili sampel yang didapatkan.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA