



### **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

Analisa yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode SEM dan pengolahan data dengan software Lisrel 8.80 untuk mengukur *network externalities* yang terdiri dari *referent network size* dan *perceived complementarity*, dan *motivation theory* yang terdiri dari *perceived usefulness* dan *perceived enjoyment*, *perceived switching cost* serta implikasinya terhadap *continuance intention*. Dari penelitian yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan, bahwa:

1. *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *continuance intention* dengan t-value sebesar 3.25. hal ini selaras dengan penelitian dari Wang & Qian (2015). Lin & Lu (2011) yang menyatakan bahwa kedua variabel tersebut berhubungan karena para pengguna percaya bahwa aplikasi MIM dapat memberikan kegunaan dan efektifitas dalam berkomunikasi sehingga hal tersebut dapat mendorong penggunaanya untuk terus menggunakan aplikasi MIM.
2. *Perceived enjoyment* berpengaruh positif terhadap *continuance intention* dengan nilai *t-value* sebesar 2.02. Hal ini selaras dengan penelitian dari Wang & Qian (2015) yang menyatakan bahwa kedua variabel tersebut berhubungan positif. Menurut penelitian dari Gan & Li (2018) variabel *perceived usefulness* berhubungan positif terhadap *continuance intention* karena dengan

aplikasi MIM, pengguna dapat mengetahui status orang-orang disekitarnya sehingga dapat mendorong kepuasan hedonis dan mempengaruhi penggunaan berkelanjutan terhadap aplikasi MIM..

3. *Referent network size* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived usefulness* dengan nilai *t-value* sebesar 4.35. Hal ini selaras dengan jurnal utama dari Wang & Qian (2015) yang menyatakan bahwa kedua variabel tersebut berhubungan. Penelitian lain dari Zhou *et al.* (2015) yang menyatakan bahwa *referent network size* berhubungan dengan *perceived usefulness* karena apabila basis pengguna aplikasi MIM luas, maka hal tersebut dapat menjadi kegunaan bagi suatu aplikasi MIM karena dapat mempermudah seseorang untuk berkomunikasi dengan orang banyak.
4. *Referent network size* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived enjoyment* dengan *t-value* sebesar 3.61. penelitian ini selaras dengan jurnal utama dari Wang & Qian (2015) yang menyatakan kedua variabel berhubungan positif. Penelitian lain dari Hong *et al.* (2017) yang menyatakan *referent network size* berhubungan positif dengan *perceived enjoyment* karena dengan orang-orang terdekat menggunakan aplikasi MIM yang sama maka hal tersebut dapat menimbulkan kesenangan karena dapat berinteraksi satu sama lain.
5. *Referent network size* memiliki pengaruh positif terhadap *continuance intention* dengan nilai *t-value* sebesar 4.27. Hal ini selaras dengan jurnal utama dari Wang & Qian (2015) yang menyatakan bahwa kedua variabel

saling berhubungan positif. Penelitian lain dari Lin & Lu (2011) yang menyatakan *referent network size* memiliki pengaruh positif terhadap *continuance intention* karena semakin banyak orang-orang terdekat di sekitarnya yang menggunakan aplikasi MIM yang sama, maka akan mempengaruhi yang lainnya untuk menggunakan aplikasi MIM tersebut. Karena orang-orang di sekitarnya menggunakan aplikasi MIM yang sama, maka hal tersebut akan mendorong penggunaan berkelanjutan karena banyak orang terdekatnya yang menggunakan aplikasi MIM yang sama sehingga dapat mempermudah berkomunikasi.

6. *Perceived complementarity* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived usefulness* dengan *t-value* sebesar 1.78. Hal ini selaras dengan jurnal utama dari Wang & Qian (2015) yang menyatakan bahwa kedua variabel berhubungan positif. Penelitian lain dari Lin & Lu (2011) yang menyatakan bahwa kedua variabel berhubungan karena apabila semakin banyak fitur tambahan yang tersedia pada aplikasi MIM seperti mengirimkan file atau bertukar informasi, maka hal tersebut dapat meningkatkan kemudahan pengguna aplikasi MIM untuk berkomunikasi.
7. *Perceived complementarity* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived enjoyment* dengan *t-value* sebesar 1.89. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Wang & Qian (2015) yang menyatakan kedua variabel memiliki pengaruh positif. Penelitian dari Zhou et.a. (2015) juga menyatakan bahwa kedua variabel memiliki hubungan positif karena fungsi pelengkap dari

suatu aplikasi MIM seperti *game* dan penggunaan *avatar* dapat menimbulkan kesenangan karena dengan aplikasi MIM tersebut, pengguna dapat mengetahui avatar yang sedang digunakan temannya dan dapat mengetahui *game* dan bermain bersama dengan temannya dengan fitur dari aplikasi MIM tersebut.

8. *Perceived complementarity* tidak berpengaruh terhadap *continuance intention* dengan nilai *t-value*  $\leq 1.65$  yaitu sebesar 0.14. Hal ini selaras dengan penelitian dari Gan & Li (2015) yang menyatakan bahwa *perceived complementarity* tidak memiliki hubungan signifikan terhadap *continuance intention* karena pengguna lebih mengutamakan kualitas komunikasinya pada saat menggunakan aplikasi MIM, bukan kepada fitur pelengkapannya.
9. *Perceived switching cost* tidak berpengaruh terhadap *continuance intention* karena sebagian besar aplikasi MIM memiliki *user interface* yang serupa sehingga mudah untuk mempelajari bagaimana cara menggunakan aplikasi MIM, sehingga tidak sulit bagi para pengguna untuk menggunakan aplikasi MIM yang lain karena mudah untuk mempelajarinya (Gan & Li, 2015)

Dari penelitian ini juga dapat disimpulkan variabel yang berhubungan langsung dengan *continuance intention* dengan nilai *t-value* tertinggi adalah variabel *referent network size*, artinya bahwa banyaknya orang terdekat di sekitar sangat mempengaruhi penggunaan berkelanjutan aplikasi MIM Telegram karena semakin banyak orang di sekitar menggunakan aplikasi MIM yang sama, maka hal tersebut

akan mempermudah seseorang untuk berkomunikasi dengan orang-orang terdekat di sekitarnya sehingga mendorong penggunaan berkelanjutan aplikasi MIM (Lin & Lu, 2011), karena tujuan memakai aplikasi MIM adalah untuk mempermudah berkomunikasi. Dapat disimpulkan juga bahwa rata-rata pengguna aplikasi Telegram adalah wanita, mayoritas berusia 19-22 tahun yang memang rata-rata dari mereka terbiasa menggunakan *smartphone*.

## **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan kesimpulannya, peneliti ingin memberikan saran bagi perusahaan untuk kemajuan perusahaan dan saran untuk penelitian selanjutnya apabila di waktu mendatang terdapat peneliti yang tertarik untuk membahas topik yang sama agar lebih mendalam.

### **5.2.1. Saran Bagi Perusahaan**

Berdasarkan hasil analisa penelitian, penulis ingin mengajukan saran bagi perusahaan yang mungkin dapat diterapkan untuk kemajuan perusahaan, berikut adalah saran dari peneliti berdasarkan hasil analisa untuk perusahaan:

1. Membuat fitur tambahan berupa *video call* yang dimana penggunanya dapat berkomunikasi selain melalui *chatting* dan *phone call* dengan pengguna lainnya bertatap muka langsung meskipun dengan jarak jauh. Dengan fitur *video call* ini, pengguna dapat berkomunikasi secara langsung dan efektif.
2. Membuat fitur menu *game* tersendiri yang sebelumnya aplikasi Telegram memiliki fitur *game* sistem bot yang dimainkan di dalam *chat room group*.

Oleh karena itu, aplikasi Telegram dapat membuat menu *game* tersendiri agar pada saat memainkan *game* antar pengguna tidak menimbulkan *spamming* yang dapat mengganggu orang lain yang sedang tidak ingin bergabung untuk bermain *game*.

3. Membuat fitur *barcode scan* pada saat ingin menambahkan teman ke dalam kontak Telegram. Dengan *barcode scan*, menambahkan teman ke dalam kontak akan lebih mudah selain dengan cara memasukkan nomor ponsel atau memasukan *username*.
4. Membuat fitur *story* yang dimana penggunanya dapat berbagi momen dalam bentuk foto maupun video. Momen yang dibagikan pengguna kepada pengguna lain dapat dilihat dalam waktu 24 jam dan pengguna lain dapat ikut mengomentari *story* yang dibagikan oleh pengguna Telegram. Selain itu, agar fitur *story* lebih menarik dapat menambahkan filter agar pengguna Telegram dapat merasakan kesenangan pada saat berbagi foto atau video pada fitur *story*.
5. Membuat akun media sosial Instagram untuk aplikasi Telegram yang dimana media sosial tersebut dipergunakan untuk membuat *campaign* yang berisi konten-konten yang berhubungan dengan fitur unggulan serta update fitur terbaru dari aplikasi Telegram. Konten-konten yang berisi mengenai fitur dari aplikasi Telegram tujuannya untuk meningkatkan *awareness* dari aplikasi Telegram agar orang-orang mau menggunakan aplikasi Telegram dan menggunakannya secara berkelanjutan. Instagram dipilih menjadi media

sosial yang digunakan untuk menaikkan *awareness* karena Instagram memiliki banyak pengguna di Indonesia.

6. Menambahkan fitur *keep* berbasis *cloud* yang dimana fitur ini bertujuan untuk menyimpan file, foto, video, maupun dokumen lain. Dalam fitur ini pengguna dapat menyimpan data foto, video, maupun file yang didapat dari percakapan pada aplikasi Telegram sebagai *backup* apabila chat tidak sengaja terhapus. Fitur *keep* juga dapat dipergunakan sebagai penyimpanan file berbasis cloud dengan cara mengupload data yang dimiliki pengguna aplikasi Telegram
7. Menambahkan stiker dan *emoticon* yang bervariasi seperti stiker yang bergerak ataupun stiker yang mengeluarkan suara. Fitur tambahan ini bertujuan untuk memberikan rasa kesenangan pada saat melakukan *chatting* karena *emoticon* atau stiker yang bergerak atau mengeluarkan suara.

### 5.2.2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Melalui analisis ini, peneliti juga ingin memberikan saran kepada penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Di dalam penelitian ini ditemukan bahwa *perceived switching cost* tidak mempengaruhi *continuance intention* karena rata-rata aplikasi MIM memiliki *user interface* yang serupa sehingga tidak sulit bagi para pengguna untuk mempelajari penggunaan aplikasi MIM untuk berpindah ke aplikasi lain (Gan & Li, 2015). Sehingga untuk penelitian selanjutnya, penulis menyarankan untuk meneliti variabel yang berhubungan dengan

*user interface* untuk meningkatkan penggunaan berkelanjutan aplikasi MIM.

2. Di dalam penelitian ini, penulis meneliti pengaruh variabel *perceived usefulness* dan variabel *perceived complementarity* terhadap *continuance intention* yang berhubungan dengan fitur dari aplikasi Telegram, oleh karena itu untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan untuk meneliti variabel *flow* untuk menilai pengaruh arus langkah penggunaan fitur dari aplikasi MIM terhadap penggunaan berkelanjutan aplikasi Telegram.
3. Dalam penelitian ini pengguna hanya menggunakan profil responden dari segi umur, pekerjaan, domisili, dan pengeluaran per bulan. Oleh karena itu untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan untuk menambahkan lama waktu penggunaan *smartphone* sebagai profil responden, karena lama waktu penggunaan *smartphone* kemungkinan berhubungan juga dengan intensitas penggunaan aplikasi MIM.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA