

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini dibahas terkait kesimpulan penelitian berdasarkan tujuan penelitian terkait usulan rancangan atribut aplikasi *video conference* terbaik berdasarkan preferensi konsumen. Selain disampaikan terkait kesimpulan, dibahas juga terkait saran yang diberikan untuk perancang serta penelitian berikutnya.

V.1 Kesimpulan

Pada awal penelitian telah ditetapkan tujuan penelitian. Kesimpulan yang ditetapkan dibuat untuk menjawab rumusan masalah sekaligus tujuan penelitian yang telah dilakukan. Berdasarkan pengolahan data serta analisis yang telah dilakukan, berikut beberapa kesimpulan yang didapatkan diantaranya.

1. Berdasarkan hasil identifikasi atribut melalui tahapan wawancara dan observasi, terdapat 46 sub-subatribut yang berpengaruh terhadap preferensi konsumen dalam memilih aplikasi *video conference*. 46 sub-sub atribut ini dikelompokkan dengan menggunakan Model Kano berdasarkan tahapan penyebaran kuesioner yang dilakukan untuk mengetahui pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen dalam memilih aplikasi *video conference*.
2. Berdasarkan pengolahan dengan Model Kano, seluruh atribut ini telah dikelompokkan ke dalam 4 buah kelompok atribut diantaranya adalah kelompok atribut *attractive* (A), *must-be* (M), *one dimensional* (O), dan *indifferent* (I). Hasil pengelompokkan menghasilkan 19 atribut *attractive*, 1 atribut *must-be*, 15 atribut *one dimensional*, serta 9 atribut *indifferent*. Pengolahan dengan pendekatan kuantitatif memetakan kelompok atribut O, A, dan M kedalam bentuk grafik eksponensial dan linear. Dalam pembuatan grafik, ditentukan pula titik koordinat serta persamaan untuk masing-masing atribut sesuai dengan kelompoknya. Melalui persamaan serta titik koordinat dapat diketahui dampak dari setiap atribut terhadap kepuasan dan ketidakpuasan konsumen dengan lebih detail.

3. Hasil rekomendasi rancangan diberikan berdasarkan perbandingan terhadap nilai *Quality Improvement Index* (QI). Aplikasi dengan nilai QI yang tertinggi dijadikan acuan. Rekomendasi yang diberikan meliputi penambahan fitur implementasi yang acuannya mayoritas pada aplikasi Zoom. Sebagai contoh, aplikasi Zoom memiliki fitur yang lengkap dibandingkan pesaingnya dimana hal ini memberikan opsi yang lengkap melalui pengaturan yang fleksibel untuk penggunaannya mengakses dan mengatur jalannya *video conference*. Tampilan, informasi, aksibilitas yang beragam terhadap fitur maupun pengaturan memberikan pengguna pengalaman penggunaan yang lebih baik. Mempertimbangkan hasil yang didapatkan, pengguna cenderung memilih bentuk aplikasi *website* seperti Google Meet karena memiliki kemudahan akses tanpa ada instalasi tertentu. Kemudahan integrasi dengan beberapa layanan secara otomatis seperti Google dalam satu layanan *email* juga memberikan satu kelebihan dalam pengalaman penggunaan.

V.2 Saran

Melalui proses penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan dalam rangka peningkatan penelitian dan bagi perancang aplikasi di masa yang mendatang. Berikut merupakan beberapa saran yang dimaksud.

1. Mengingat bahwa perkembangan terhadap aplikasi *video conference* terus berkembang serta dapat terjadi kemungkinan perbuahan terhadap kebutuhan konteks penggunaan, pada penelitian berikutnya harus memastikan kembali setiap definisi dan implementasi yang dimaksud dari setiap atribut yang telah ditetapkan.
2. Penelitian yang telah dilakukan menggunakan metode Model Kano yang hingga saat ini pengembangannya masih terus berlanjut. Pada penelitian berikutnya dapat digunakan aplikasi dari metode Model Kano dengan jenis yang berbeda ataupun metode pendekatan kuantitatif dan kualitatif yang berbeda guna mendapatkan tujuan penelitian yang ingin dicapai.
3. Hasil pada penelitian ini dapat membantu penelitian lainnya untuk melakukan perbandingan terhadap kualitas implementasi secara mendetail untuk setiap aplikasinya. Selain itu, hasil penelitian dapat menjadi salah

satu referensi bagi pihak yang tertarik untuk merancang aplikasi *video conference*.

4. Pengelompokkan atribut pada Model Kano bukan hal yang absolut. Pada masa yang mendatang mungkin saja akan terjadi perubahan pengelompokkan dari masing-masing atribut. Tentunya hal ini akan mempengaruhi prioritas atribut yang harus dilakukan perancangan maupun perbaikan untuk mendapatkan tingkat kepuasan konsumen yang terbaik.
5. Penelitian berikutnya dapat membandingkan aplikasi lain yang juga digunakan oleh masyarakat dengan pengembangan terbaru. Penelitian terkait penggunaan dari aplikasi *video conference* yang berfokus secara khusus pada suatu konteks penggunaan juga dapat dilakukan untuk menghasilkan hasil penelitian yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Berger, C., Blauth, R., Boger, D., Bolster, C., Burchill, G., DuMouchel, W., Pouliot, F., Richter, R., Rubinoff, A., Shen, A., Timko, M. & Walden, D. (1993). Kano's methods for understanding customer-defined quality, *Center for Quality Management Journal*, Vol. 2 No. 4, pp. 3-35.
- BuiltWith. (2020). *Zoom Video Conferencing Usage Statistics*. Diunduh dari: <https://trends.builtwith.com/widgets/Zoom-Video-Conferencing> (diakses pada 31 Juli 2020)
- Business Insider. (2020). *These 10 Charts and Graphics Show How the Coronavirus Crisis has Dramatically Changed How We Use the Internet to Live and Work*. Diunduh dari: <https://www.businessinsider.com/coronavirus-charts-cloudflare-change-lives-2020-3?r=US&IR=T> (Diakses pada 28 Juni 2020)
- Cisco Blog. (2020). *UC-One Saas Takes First Step Toward Webex Unified Client Version*. Diunduh dari: <https://blogs.cisco.com/collaboration/uc-one-saas-collaboration-now-driven-by-webex-teams-messaging> (Diakses pada 29 Juni 2020)
- Clegg, B., Wang, T., & Ji, P. (2010). Understanding customer needs through quantitative analysis of Kano's model, *International Journal of Quality & Reliability Management*.
- Connelly, L. M. (2008) Pilot Studies. *Medsurg Nursing*, Vol. 17 No. 6, pp 411-2. Diunduh dari: search.proquest.com (Diakses pada: 19 November 2020)
- Databoks. (2019). *Berapa Pengguna Internet di Indonesia?*. Diunduh dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/09/berapa-pengguna-internet-di-indonesia> (Diakses pada 26 Mei 2020)
- Depdikbud. (2020). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring*. Diunduh dari: <https://kbbi.kemdikbud.go.id> (Diakses pada 7 Agustus 2020)
- Entrepreneur. (2018). *User Experience Is the Most Important Metric You Aren't Measuring*. Diunduh dari: <https://www.entrepreneur.com/article/309161> (Diakses pada 28 Juni 2020)

- Graham, H. & Jana, G. (2019). A Revised Kano Model and its Application in Product Feature Discovery. Otto von Guericke: Universitaet Magdeburg
- Harapan Rakyat. (2020). *Aplikasi Google Meet, Rapat Online Gratis*. Diunduh dari: <https://www.harapanrakyat.com/2020/03/aplikasi-google-meet/> (Diakses pada 26 Mei 2020)
- Hogan, A. & Laufer, D. (2016). *The Six Step For Justifying Better UX*. Diunduh dari: <https://www.forrester.com/The+Six+Steps+For+Justifying+Better+UX/-E- RES117708> (Diakses pada 28 Juni 2020)
- Holt, G. D. (2014). Asking Questions, Analysing Answers: Relative Importance Revisited. *Construction Innovation*, Vol. 14 No. 1, pp 2-16.
- Imaginnovation. (2020). *Bounce Rate: 7 Reason People Leave Your Website*. Diunduh dari: <https://www.imaginnovation.net/blog/7-reasons-people-leave-your-website/> (Diakses pada 28 Juni 2020)
- Jogiyanto, H. M. (2008). *Analisis dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Kano, N., F. Takahashi, & S. Tsuji. (1996). Attractive Quality and Must-be Quality.
- Kano, N., Seraku, N., Takahashi, F. & Tsuji, S. (1984), Attractive quality and must-be quality, *Hinshitsu: The Journal of the Japanese Society For Quality Control*, April, pp. 39-48.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009) *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Maria, V.G. & Enrico, V. (2017). Kano qualitative vs quantitative approaches: An assessment framework for products attributes analysis. Italy: DIGEP- Department of Management and Production Engineering.
- Matzler, K. & Hinterhuber, H.H. (1998). How to make product development projects more successful by integrating Kano's model of customer satisfaction into qualify function deployment, *Technovation*, Vol. 18 No. 1, pp. 25-38.
- Pinterest. (2020). *You No Longer Need a Skype Account*. Diunduh dari: <https://www.pinterest.com/pin/461126449325732999/> (Diakses pada 26 Mei 2020)
- Rajesh, N. (2019). *A Product Manager's Guide to the Kano Model*. Diunduh dari: <https://www.prodify.group/blog/a-product-managers-guide-to-the-kano-model> (Diakses pada 26 Mei 2020)

- Rogers, E.M. (1986). *Communication Technology: The New Media in Society*. New York: *The Free Press*.
- Sauerwin, E., Bailom, F., Matzler, K., & Hiterhuber, H. H. (1996) The Kano Model: How to Delight Your Customers. *Volume I of The IX. International Working Seminar on Production Economics*, 313-327.
- Sauro, J. & Lewis, James. (2016). *Quantifying the User Experience*.
- Sauro, J. (2015). *How to Find the Sample Size for 8 Common Research Design*. Diunduh dari: <https://measuringu.com/sample-size-designs/> (Diakses pada 9 November 2020)
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013) *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach, 6th Edition*. New Jersey: Wiley
- Slack, N. (1994). *The Importance-Performance Matrix as a Determinant of Improvement Priority*. Warwick Business School: United Kingdom
- StatqoAnalytics. (2020). *Press Release (Per 30 Maret 2020 – Edisi ke 2) Analisis Digital Terkait Dampak Pandemi COVID-19*. Diunduh dari: <https://www.statqoanalytics.com/post/press-release-per-30-maret-2020-edisi-ke-2-analisis-digital-terkait-dampak-pandemi-covid-19> (Diakses pada 26 Mei 2020)
- S&P Global. (2020). *Zoom's Popularity in Jeopardy After Privacy, Security Lapses*. Diunduh dari: <https://www.spglobal.com/marketintelligence/en/news-insights/latest-news-headlines/zoom-s-popularity-in-jeopardy-after-privacy-security-lapses-57962352> (Diakses pada 28 Juni 2020)
- Tontini, G. (2003). Deployment of customer needs using a modified Kano method, *Journal of Academy of Business and Economics*, Vol. 2 No. 1, pp. 103-15.
- Umar, H. (2003). *Metodologi Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2008). *Product Design and Development*.
- Walden, D. (1993). A Special Issue on Kano's Method for Understanding Consumer Defined Quality. *The Center for Quality Management Journal*, 2-7.
- Wang, T. & Ji, P. (2010), Understanding Customer Needs Through Quantitative Analysis of Kano's Model. *International Journal of Quality & Reliability Management*. Vol. 27, pp 173-184.

Warta Ekonomi. (2020). *5 Aplikasi Video Conference Terlaris di Indonesia, Siapa Juaranya?*. Diunduh dari: <https://www.wartaekonomi.co.id/read279393/5-aplikasi-video-conference-terlaris-di-indonesia-siapa-juaranya> (Diakses pada 28 Juni 2020)

Youtube. (2020). *Start Video Conferencing with the New GoToMeeting*. Diunduh dari: <https://www.youtube.com/watch?v=HKJ-Ei4z8k8> (Diakses pada 29 Juni 2020)

Zoom. (2020). *Zoom Product Updates: New Security Toolbar Icon for Hosts, Meeting ID No Longer Displayed*. Diunduh dari: <https://blog.zoom.us/zoom-product-updates-new-security-toolbar-icon-for-hosts-meeting-id-hidden/> (Diakses pada 26 Mei 2020)