

V

KESIMPULAN DAN SARAN**V.1. Kesimpulan**

Berdasarkan data penelitian yang telah dilakukan peneliti tentang tingkat pengetahuan *followers* mengenai TCash melalui instagram TCash_id, secara keseluruhan pernyataan pada kuesioner yang dibuat oleh peneliti, menghasilkan tingkat pengetahuan yang tinggi mengenai TCash. Pengetahuan pemakai memiliki hasil tingkat pengetahuan tertinggi jika dibandingkan dengan tingkat pengetahuan responden mengenai produk dan pembelian. Dikatakan tingkat pengetahuan tinggi karena nilai rata-rata yang diperoleh adalah tinggi, sehingga diperoleh hasil tingkat pengetahuan tinggi.

Followers TCash_id mengetahui bagaimana cara bertansaksi dengan TCash yaitu melalui T-wallet untuk berbelanja *online*. Selain itu, TCash memudahkan bertransaksi non tunai dengan menempelkan stiker TCash tap ke mesin EDC di berbagai merchant yang bermitra dengan TCash

V.2. Saran

Peneliti juga berharap agar *public relations* PT Telkomsel lebih aktif menginformasikan mengenai TCash melalui berbagai media sosial selain instagram. Sehingga tidak hanya *followers* akun instagram TCash_id saja yang mengetahui informasi mengenai TCash, tetapi pengguna sosial media lainnya juga mengetahui berbagai promo menarik dan manfaat dari TCash sebagai alat pembayaran non tunai.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2006). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Engel, J., Blackwell, R. W., & Miniard, P. (1994). *Perilaku Konsumen* (6th ed). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Engel, J., Blackwell, R. W., & Miniard, P. (1995). *Perilaku Konsumen* (6th ed). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Gassing, Syarifuddin S. Dan Suryanto (2016). *Public Relations*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Jefkins, Frank. 1992. *Public Relations* (Edisi Keempat). Jakarta : Erlangga.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kristanto. (2012). *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 1. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nova, F. (2009). *Crisis Public Relations Bagaimana PR menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Rakhmat, J. (2004). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, Freddy. (2002). *Measuring Customer Sarisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, R. (2003). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3S.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sulianta, Feri. (2015). *Keajaiban SosiaL Media Fantastis Menumbuhkan Visitor, Circle, Like, Koneksi, Retweet dan Follower*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Ulber Silalahi. (2009). Metode Penelitian Sosial. Bandung: PT. Refika Aditama.

Ulber Silalahi. (2012). Metode Penelitian Sosial. Bandung: PT. Refika Aditama.

Zarela, Dan, (2010). The Social Media Marketing Book. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta.

WEBSITE:

Pertumbuhan Pengguna TCash (www.swa.co.id) diakses pada tanggal 3 Agustus 2017.

Pengguna TCash Jawa Timur (<http://m.detik.com>) diakses pada tanggal 3 Agustus 2017.

Akun instagram TCash (http://instagram.com/tcash_id/) diakses pada tanggal 5 Januari 2018.

Tahun 2015 Transaksi TCash mengalami kenaikan 150 Persen (<http://dailysocial.id/post/tahun-2015-transaksi-tcash-mengalami-kenaikan-150-persen>) diakses pada tanggal 3 Agustus 2017.

TCash Kuis (<http://www.instagram.com/p/BdfEizrS5r>) diakses pada tanggal 5 Januari 2018.

Promo TCash di Starbuck (<http://www.instagram.com/p/BcyVwCUVhNhh>) diakses pada tanggal 5 Januari 2018.

Grapari Telkomsel (<https://www.google.co.id/grapari+surabaya>) di akses pada tanggal 10 Januari 2018.

Transaksi non tunai (<https://www.instagram.com/p/BoxGlidBvZL/a/>) di akses pada tanggal 30 Maret 2018.

Belanja *online* (<https://www.instagram.com/p/BbyuHP-Bpvv/>) di akses pada tanggal 31 Maret 2018.