



### **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

Pada penelitian ini hasil analisis data dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menguji pengaruh *Interactivity* dan *Content Richness* terhadap *Willingness to Subscribe* melalui *Perceived Usefulness* serta *Free Alternatives*, *Perceived Price* dan *Perceived ease of use* terhadap *Willingness to Subscribe* Netflix. Pada penelitian ini ternyata data penelitian tidak memiliki kecocokan dengan model penelitian yang diajukan yaitu pada hubungan *Interactivity* dengan *Perceived Usefulness*. Namun, untuk model pengukuran seluruh indikator memiliki kriteria valid dan semua variabel memiliki nilai reliabilitas yang baik.

Berdasarkan model struktural dari keenam hipotesis penelitian yang diajukan ternyata tidak semua sesuai dengan hasil temuan dari Park *et al* (2016), Weninger (2010) dan Hsu & Lin (2015). Sehingga hasil dari model struktural tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Interactivity* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness*. Kegunaan dalam menggunakan Netflix tidak dipengaruhi secara signifikan oleh *interactivity*, hal ini sesuai dengan temuan dari penelitian dari Ammary *et al* (2014) dimana ia menyatakan bahwa *Interactivity* tidak berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness*. Dugaan lain tidak berpengaruhnya *interactivity* adalah sistem kerja interaktif dengan mengontrol konten yang ditawarkan Netflix tidak terlalu istimewa dikarenakan layanan *video streaming* lainnya juga menawarkan *interactivity* serupa.
2. *Content Richness* memiliki pengaruh terhadap *perceived usefulness*. Hal ini menunjukkan bahwa dengan semakin banyaknya program yang ditawarkan Netflix, akan membuat pengguna merasakan manfaat dan kegunaan dari Netflix

sehingga nantinya akan mempengaruhi kecenderungan responden untuk mau berlangganan Netflix.

3. *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh terhadap *Willingness to Subscribe*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin maksimalnya tingkat persepsi akan manfaat dan kegunaan dari Netflix sangat mempengaruhi kecenderungan responden untuk mau berlangganan Netflix.
4. *Perceived Ease of use* memiliki pengaruh terhadap *Willingness to Subscribe*. Hal ini menunjukkan bahwa Netflix memberikan kemudahan dalam mengakses aplikasinya baik dalam mencari konten/program hingga kemudahan dalam menggunakan fitur-fiturnya. Sehingga tidak memerlukan terlalu banyak usaha dan waktu dalam mempelajari penggunaan Netflix sehingga responden akan lebih cenderung mau berlangganan Netflix jika ia menganggap aplikasi Netflix mudah untuk digunakan.
5. *Perceived Price* memiliki pengaruh terhadap *Willingness to Subscribe*, dimana pengaruhnya merupakan pengaruh negatif. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa terbebani atau keberatan dengan biaya berlangganan yang ditetapkan oleh Netflix dimana harga berlangganan Netflix cenderung lebih mahal dibandingkan layanan aplikasi serupa yang juga menawarkan layanan streaming *video ( on demand)*. Hal ini menunjukkan bahwa harga dari suatu layanan dapat menghambat seseorang dalam melakukan pembelian berlangganan Netflix.
6. *Free alternatives* memiliki pengaruh terhadap *Willingness to Subscribe*, dimana pengaruhnya merupakan pengaruh negatif. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya *free alternatives* maka keinginan seseorang untuk berlangganan akan terhambat. Hal ini tentunya dilandasi adanya dugaan dimana adanya kecenderungan orang untuk lebih memilih sesuatu yang gratis dibandingkan yang berbayar jika terdapat alternatif gratis dari sesuatu yang berbayar tersebut.

## 5.2 Saran

Berdasarkan analisis dari hasil penelitian yang sudah dipaparkan sebelumnya, peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan dampak baik bagi kemajuan Netflix, maupun kepada peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian dengan mengangkat topik yang sama ataupun yang berkaitan dengan layanan *video streaming (on demand)* agar dapat menghasilkan temuan baru yang lebih mendalam dan bermanfaat.

### 5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti mengajukan saran bagi Netflix sebagai berikut :

1. Akan lebih baik lagi apabila, konten program yang disediakan Netflix dapat disesuaikan dengan selera dari mayoritas masyarakat yang ada di tiap-tiap negara dikarenakan adanya perbedaan selera hiburan terutama dalam hal tontonan yang dianggap menarik.
2. Untuk kedepannya akan lebih baik bila Netflix mengadakan kerja sama dengan perusahaan Movie Database seperti IMDB atau Rotten Tomatoes untuk menambah informasi pada program yang disediakan. Informasi itu dapat berupa profil aktor, sutradara dan ratings dari situs movie databasenya sendiri.
3. Untuk memperluas marketnya, Netflix dapat mencoba memasuki *Gaming Market* dimana melihat target Netflix yang mayoritas kaum *millenials* , maka dengan disediakan *games* akan menjadi lebih tertarik. *Games* yang disediakan merupakan adaptasi dari *series original* Netflix itu sendiri.
4. Mengenai fitur *offline mode* yang baru saja diluncurkan per Desember 2016, akan lebih baik apabila fitur ini dilakukan perbaikan dari segi memperpanjang waktu penyimpanan video dan tidak membatasi konten-konten yang dapat ditonton offline sehingga pengguna Netflix akan lebih flexible dalam mengakses konten yang sudah didownload.

5. Akan lebih baik lagi bila Netflix menambahkan fitur *Subscribe* pada channelnya. Dengan adanya fitur *subscribe* ini maka pengguna akan mendapatkan informasi berupa *pop-up notifications* pada halaman Netflix sehingga pengguna dapat langsung menyaksikan tontonan tersebut dengan meng-kliknya. Pengguna juga dapat mengatur pemberitahuan fitur ini seperti pemberitahuan pada *emails* atau dengan SMS.
6. Netflix dapat menambahkan fitur *random watchlist*. Fitur ini dikemas dengan tampilan *interface* yang simple dan menarik dimana pengguna akan ditawarkan sejumlah pilihan program yang ditampilkan secara satu per satu.
7. Akan lebih baik lagi jika Netflix mengembangkan fitur *search* yang lebih terperinci sehingga dapat memudahkan pengguna mencari konten/program yang diinginkan. Hal ini dapat dilakukan dengan menambah fitur *advanced search* dimana akan ada pilihan pencarian lebih rinci seperti acara berdasarkan ratings, tahun pembuatan film, negara pembuatan film ataupun bahasa.
8. Dalam pendaftaran berlangganan Netflix, sebaiknya diperluas sehingga pendaftaran tidak dilakukan hanya dengan menggunakan kartu kredit. Perluasan itu dapat dilakukan misalnya dengan melakukan kerja sama dengan beberapa *merchant* lain baik dari bank maupun *merchant* seperti Indomaret atau Alfamart yang sudah banyak tersebar sehingga tidak menyulitkan orang dalam melakukan pembayaran.
9. Melihat banyaknya kompetitor yang menawarkan layanan serupa seperti Netflix, maka Netflix sebaiknya melakukan perbaikan dari segi harga sehingga dapat memberikan harga yang lebih kompetitif dibandingkan para pesaingnya. Hal itu dapat dilakukan dengan menambah paket harga lebih murah yang menyediakan kualitas video lebih rendah dibandingkan paket lain atau dapat juga dengan pembatasan konten program. Hal lain juga dapat dilakukan dengan membuat paket *sharing* atau *family* dimana paket tersebut menawarkan

sejumlah akses dari beberapa user sehingga masing masing pelanggan akan mendapatkan harga berlangganan yang lebih murah.

10. Akan lebih baik juga bila Netflix melakukan sejumlah kegiatan *marketing* di Indonesia, karena walau sudah sangat terkenal didunia khususnya Amerika, tidak sedikit juga orang yang mengetahui bahwa layanan Netflix sudah dapat diakses di Indonesia. Kegiatan *marketing* dapat dilakukan dengan melakukan *campaign* berupa iklan di sejumlah media seperti Koran harian dan juga menggunakan billboard
11. Untuk mengatasi *free alternatives*, hal yang dapat dilakukan Netflix adalah dengan melakukan *campaign* mengenai *copyright*. Campaign ini dapat melibatkan para tokoh terkenal khususnya tokoh dari Indonesia untuk menyebarkan *awareness* dan membuat orang lebih menghargai karya original. Campaign juga melibatkan para penyedia bisnis layanan internet seperti Bizhome dimana menyebarkan informasi mengenai *copyright* apabila mengakses website *video streaming illegal*.
12. Netflix dapat melakukan kerja sama dengan *provider mobile internet* di Indonesia seperti Indosat. Kerjasama itu dapat berupa diberikannya kupon gratis untuk mengakses Netflix.

### **5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya**

Penelitian ini tentu masih memiliki berbagai keterbatasan sehingga memerlukan penyempurnaan untuk penelitian selanjutnya. Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti mengajukan saran bagi penelitian selanjutnya sebagai berikut :

1. Pada penelitian ini wilayah cakupan hanya beberapa daerah di Indonesia dimana dipusatkan pada wilayah JABODETABEK, diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat memperluas daerah penyebaran kuisionernya sehingga dapat

menjangkau responden di seluruh Indonesia seperti di kota-kota besar lain yaitu Medan, Surabaya, Makassar ataupun Bali.

2. Untuk penelitian selanjutnya, akan lebih baik bila peneliti dapat membahas faktor-faktor yang membuat orang tidak tertarik berlangganan Netflix seperti yang dijelaskan pada survei JAKPAT (2016) dimana ada 4 alasan mengapa masyarakat Indonesia tidak tertarik berlangganan Netflix yaitu lebih memilih *men-download / streaming* gratis, koneksi internet tidak stabil, tidak memiliki kartu kredit dan juga sudah memiliki *cable tv*. Pada penelitian ini, peneliti baru membahas mengenai adanya alternatif gratis dipasaran saja sehingga lebih baik bila penelitian selanjutnya dapat mencakup ketiga alasan lain tersebut.
3. Untuk penelitian selanjutnya, lebih baik menggunakan definisi variabel *interactivity* yang berbeda sudut pandangnya sehingga lebih dapat mewakili *interactivity* yang ada dalam aplikasi Netflix. Definisi dari *Interactivity* dapat dilihat dari penjelasan yang ada di jurnal Shin (2007) yang menyimpulkan bahwa mayoritas pengguna menginginkan *Interactivity* yang lebih dari sekedar mengontrol program tetapi lebih kepada memberikan masukan terhadap program yang ditampilkan dimana hal itu dapat diwujudkan dengan diadakannya *polling/request* langsung dari pengguna untuk menentukan program yang ingin dihadirkan di Netflix.
4. Ketika layanan Netflix sudah mulai banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, ada baiknya dilakukan penelitian yang mengukur tingkat kepuasan penggunaannya sehingga dapat juga mengukur tingkat keinginan pelanggan untuk terus melanjutkan paket berlangganan.
5. Bagi peneliti yang ingin melanjutkan penelitian mengenai variabel serupa dengan penelitian ini, akan lebih baik jika dapat mencari objek penelitian yang memiliki daya saing sehingga dapat dilakukan pengembangan untuk kedepannya dan hasil penelitian dapat dibandingkan. Objek penelitian yang dapat digunakan misalnya Iflix atau Hooq yang merupakan salah satu layanan on demand/streaming yang berkembang di Indonesia dan merupakan pesaing Netflix