

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti membahas terkait “Pengaruh *Perceived Value* terhadap *Purchase Intention* Wattpad Premium Melalui *Satisfaction* Sebagai Variabel Mediasi; Telaah Pada Pengguna Aplikasi Wattpad”. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode *structural equation model* melalui software Lisrel versi 8.8. Seluruh indikator pada penelitian ini telah menunjukkan hasil yang valid dan reliabel. Berdasarkan hasil analisa, maka kesimpulan yang dapat peneliti ambil adalah sebagai berikut:

1. *Perceived benefits* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *perceived value*. Pengguna Wattpad memiliki evaluasi yang baik terhadap *perceived benefit* aplikasi Wattpad sehingga berpengaruh positif pada *value* aplikasi tersebut. Selain itu, *perceived benefit* juga merupakan faktor yang paling besar pengaruhnya terhadap *perceived value*.
2. *Perceived sacrifices* berpengaruh negatif secara signifikan terhadap *perceived value*. Indikator pada variabel ini merupakan pertanyaan negatif, maka dapat disimpulkan bahwa evaluasi pengguna Wattpad terhadap *sacrifices* aplikasi Wattpad cukup baik.
3. *Perceived value* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *satisfaction* aplikasi Wattpad. Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa

pengguna Wattpad memiliki respon dan evaluasi yang baik terhadap *perceived value* aplikasi Wattpad sehingga memberikan dampak positif terhadap kepuasan penggunanya. Hal ini membuktikan bahwa dengan meningkatkan value pada aplikasi wattpad maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan saat menggunakan aplikasi tersebut.

4. *Perceived value* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *purchase intention* Wattpad premium. Sehingga dari hasil temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa respon atau evaluasi pengguna Wattpad terhadap *value* yang ada pada aplikasi Wattpad cenderung positif, sehingga memungkinkan penggunanya untuk membayar dan menggunakan Wattpad Premium. Pengguna Wattpad akan memiliki niat untuk menggunakan Wattpad Premium lebih tinggi apabila *value* yang didapatkan sesuai dengan ekspektasinya.
5. *Satisfaction* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap *purchase intention* Wattpad premium. Berdasarkan temuan ini, peneliti menyimpulkan bahwa konsumen puas dengan aplikasi Wattpad tetapi belum tentu mau menggunakan Wattpad Premium. Hal ini dikarenakan konsumen sudah merasa puas dengan layanan gratis yang diberikan. Hal ini juga didukung dengan kurangnya fitur benefit pada fitur Wattpad premium, sehingga pengguna masih ragu untuk melakukan pembelian.
6. *Satisfaction* tidak memediasi pengaruh antara *perceived value* dengan *purchase intention* Wattpad premium. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, dapat disimpulkan bahwa pengaruh tidak langsung

antara *perceived value* ke *purchase intention* tidak signifikan dan lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh langsung antara *perceived value* dengan *purchase intention*. Hal ini juga disebabkan oleh pengaruh negatif antara *satisfaction* ke *purchase intention*.

5.2 Saran

5.2.1 Saran untuk Perusahaan

Berdasarkan hasil temuan yang didapatkan peneliti pada penelitian ini, maka peneliti memiliki beberapa saran untuk Wattpad untuk meningkatkan perusahaannya. Saran untuk perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Aplikasi Wattpad perlu memperhatikan *benefit* pada perspektif *utilitarian* dan *hedonic* yang dirasakan penggunanya. Hal ini dilakukan agar value yang dirasakan pengguna dapat meningkat seiring dengan meningkatnya *benefit* yang dirasakan pengguna Wattpad.
2. Aplikasi Wattpad perlu melakukan survey terkait harga yang rela dibayarkan konsumennya untuk tiap-tiap layanan yang disediakan. Hal ini dikarenakan harga yang rela dibayarkan di tiap negara pastinya berbeda. Oleh karena itu Wattpad perlu menyesuaikan bagaimana *culture* pada negara tersebut. Apalagi dengan budaya membeli layanan premium di Indonesia yang masih kurang.
3. Aplikasi Wattpad perlu menyesuaikan value yang diberikannya dengan apa yang diharapkan target market. Sehingga value tersebut dapat memuaskan

pengguna dan memungkinkan pengguna untuk menggunakan layanan premium.

4. Aplikasi Wattpad perlu memberikan fitur premium yang berbeda secara signifikan dengan fitur yang disediakan secara gratis. Peneliti menyarankan aplikasi Wattpad untuk memperbanyak benefit pada fitur premium, dimana layanan premium lebih menguntungkan. Karena apabila benefit yang didapatkan tidak jauh berbeda dengan layanan gratisnya, maka pengguna akan memilih untuk tetap menggunakan layanan gratis.
5. Peneliti menyarankan agar aplikasi Wattpad meningkatkan iklannya, baik di social media maupun dengan Google Ads. Hal ini dilakukan untuk menarik pengguna baru dan menyebarkan awareness terhadap aplikasi tersebut. Wattpad harus menyasar kepada orang yang suka membaca cerita dan tertarik untuk menulis cerita.

5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Selain saran untuk perusahaan, peneliti juga menyampaikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya, agar penelitian terkait aplikasi freemium dapat berkembang. Adapun saran untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Variabel yang diteliti pada penelitian ini terbatas pada *perceived benefits*, *perceived sacrifices*, *perceived value*, *satisfaction*, dan *purchase intention*. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang relevan seperti dengan menambahkan loyalitas terhadap *brand* atau *continue intention to use*. Penelitian yang dilakukan oleh Kim, Lee, & Zo (2018)

terkait *freemium* membuktikan adanya pengaruh positif antara *satisfaction* dengan *continue intention to use*.

2. Pada penelitian ini, peneliti tidak meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi *perceived value*. Oleh karena itu, peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi *perceived value* pada aplikasi *freemium*.
3. Pada penelitian ini, peneliti hanya mengukur pengaruh *perceived value* terhadap *purchase intention* Wattpad Premium. Sehingga responden penelitian ini merupakan orang yang belum pernah menggunakan Wattpad Premium. Penelitian menyarankan penelitian selanjutnya untuk meneliti *repurchase intention*. Penelitian tersebut bisa dilakukan untuk melihat apakah pengguna yang telah menggunakan premium memiliki keinginan untuk melakukan pembelian kembali.
4. Pada penelitian ini tidak ada batasan usia responden, oleh karena itu sebaiknya pada penelitian selanjutnya tidak memasukkan responden yang memiliki usia kurang dari 17 tahun.