



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Berdasarkan hasil olah data yang dilakukan dengan analisis *structural equation model (SEM)*. Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat variabel yang berpengaruh yaitu *convenience value*, *monetary value*, *emotional value* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived value*. *effort expectancy* dan *performance expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *personal innovativeness*. *Perceived enjoyment*, *personal innovativeness* dan *addiction* memiliki pengaruh positif terhadap *continued intention to use*. selain itu, terdapat 2 variabel yang tidak berpengaruh yaitu *perceived value* dan *perceived risk* terhadap *continued intention to use*.

1. *Convenience value* berpengaruh positif terhadap *Perceived Value* Hasil perhitungan *structural model* menunjukkan nilai *t-value* sebesar 4.67 dan nilai tersebut lebih besar daripada nilai *t-table* yaitu sebesar 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi layanan streaming MAXstream memiliki tingkat kenyamanan yang baik sehingga konsumen dapat merasakan nilai dari layanan streaming MAXstream tersebut. sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa semakin tinggi memberikan layanan dengan mudah seperti aplikasi MAXstream dapat digunakan kapan saja dan berbagai akses perangkat sebagai buktinya MAXstream mendapatkan skor mengenai dari suara dan resolusi yang diberikan layanan ini seperti konten hiburan dengan

menerapkan konten original dan tanpa adanya iklan dari aplikasi streaming tersebut, maka semakin tinggi nilai yang dirasakan.

2. *Monetary value* berpengaruh positif terhadap *Perceived Value* Hasil perhitungan *structural model* menunjukkan nilai *t-value* sebesar 3.97 dan nilai tersebut lebih besar daripada nilai *t-table* yaitu sebesar 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi memberikan keunggulan dari harga, maka semakin tinggi nilai yang didapatkan. Peneliti menyimpulkan bahwa semakin tinggi keunggulan dari biaya seperti pada MAXstream menggunakan paket internet sudah bisa menonton konten original MAXstream, maka semakin tinggi nilai yang dirasakan.

3. *Emotional value* berpengaruh positif terhadap *Perceived Value* Hasil perhitungan *structural model* menunjukkan nilai *t-value* sebesar 2.01 dan nilai tersebut lebih besar daripada nilai *t-table* yaitu sebesar 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi melibatkan perasaan dari konten tersebut, maka semakin tinggi yang dirasakan. Peneliti menyimpulkan bahwa konten MAXstream memberikan konten yang melibatkan perasaan seperti konten mengenai keluarga dan pasangan yang bersifat melibatkan perasaan, maka semakin tinggi nilai yang dirasakan.

4. *Perceived value* tidak memiliki pengaruh terhadap *continued intention to use* Hasil perhitungan *structural model* menunjukkan nilai *t-value* sebesar -0.32 dan nilai tersebut tidak lebih besar daripada nilai *t-table* yaitu sebesar 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa *Perceived value* berpengaruh tidak memiliki pengaruh terhadap *continued intention to use*. Karena adanya

pengguna MAXstream menggunakan ketika mendapatkan kuota MAXstream dari paket internet, konten HBO GO terpisah dengan kuota MAXstream serta tidak ada beda kuota MAXstream dengan paket yang diberikan dan rata-rata responden menjawab periode 1-3 bulan menggunakan MAXstream.

5. *Effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *personal innovativeness*. Hasil perhitungan *structural model* menunjukkan nilai *t-value* sebesar 3.98 dan nilai tersebut lebih besar daripada nilai *t-table* yaitu sebesar 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi memberikan kemudahan teknologi, maka semakin tinggi seseorang menggunakan teknologi. Peneliti menyimpulkan bahwa semakin tinggi layanan aplikasi MAXstream memberikan kemudahan dalam menggunakan fitur-fitur untuk menonton konten seperti petunjuk dan simbol seperti *wishlist* untuk daftar menonton, maka semakin tinggi seseorang akan menggunakan teknologi.

6. *Performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *personal innovativeness*. Hasil perhitungan *structural model* menunjukkan nilai *t-value* sebesar 4.22 dan nilai tersebut lebih besar daripada nilai *t-table* yaitu sebesar 1.65. Hal ini menunjukkan semakin tinggi memberikan manfaat dari layanan tersebut maka semakin tinggi seseorang menggunakan teknologi.

Peneliti menyimpulkan bahwa semakin tinggi layanan aplikasi MAXstream memberikan manfaat sebagai media hiburan dengan memberikan konten, maka semakin tinggi seseorang akan menggunakan teknologi.

7. *Personal innovativeness* berpengaruh positif terhadap *continued intention to use*. Hasil perhitungan *structural model* menunjukkan nilai *t-value* sebesar 2.88 dan nilai tersebut lebih besar daripada nilai *t-table* yaitu sebesar 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi inovasi dengan menggunakan teknologi, maka semakin tinggi niat menggunakan kembali. Peneliti menyimpulkan bahwa semakin tinggi inovasi MAXstream seperti menggunakan teknologi penghubung aplikasi ke *smart* televisi untuk menikmati konten MAXstream, maka semakin tinggi niat menggunakan kembali aplikasi MAXstream.

8. *Perceived enjoyment* berpengaruh positif terhadap *continued intention to use*. Hasil perhitungan *structural model* menunjukkan nilai *t-value* sebesar 3.13 dan nilai tersebut lebih besar daripada nilai *t-table* yaitu sebesar 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kenikmatan yang dirasakan, maka semakin tinggi niat menggunakan kembali. Peneliti menyimpulkan bahwa semakin tinggi MAXstream kenikmatan dengan memberikan hal yang menyenangkan, maka semakin tinggi niat menggunakan kembali pada MAXstream.

9. *Perceived risk* tidak memiliki pengaruh terhadap *continued intention to use*. Hasil perhitungan *structural model* menunjukkan nilai *t-value* sebesar 0.28 dan nilai tersebut tidak lebih kecil daripada nilai *t-table* yaitu sebesar -1.65. Hal ini menunjukkan bahwa banyaknya sadar akan informasi suatu layanan dan banyak layanan streaming yang serupa sehingga layanan streaming

memiliki resiko maka konsumen dapat berpindah ke layanan streaming lainnya.

10. *addiction* berpengaruh positif terhadap *continued intention to use*. Hasil perhitungan *structural model* menunjukkan nilai *t-value* sebesar 9.32 dan nilai tersebut lebih besar lebih daripada nilai *t-table* yaitu sebesar 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi kecanduan dalam menggunakan waktu untuk aplikasi tersebut, maka semakin tinggi niat menggunakan kembali. Peneliti menyimpulkan bahwa semakin tinggi tidak dapat mengontrol waktu atau kecanduan seperti konten MAXstream menyediakan konten dari korea TvN, HBO GO rata-rata 2 jam dan lainnya sehingga dapat menghabiskan waktu atau tidak dapat mengontrol, maka semakin tinggi niat menggunakan kembali.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian hasil penelitian ini, terdapat saran bagi MAXstream untuk dapat meningkatkan *continued intention* seseorang terhadap aplikasi layanan streaming video MAXstream, yaitu sebagai berikut:

1. MAXstream dapat membuat fitur *fingerprint* untuk masuk dalam aplikasi tanpa adanya registrasi lagi dan menambah pencarian kategori konten dari negara, tahun, genre dan pilihan vod lainnya yang bekerja sama dengan MAXstream.

2. Untuk meningkatkan manfaat untuk suatu keuntungan bagi konsumen. MAXstream dapat menambahkan konten-konten berdasarkan ranking untuk pengguna MAXstream yang sudah mendaftar untuk langganan MAXstream dan konten terpilih di MAXstream dan memberikan konten original yang berbayar secara gratis untuk malam minggu bagi penggunanya.
3. MAXstream dapat melakukan dengan memunculkan tampilan *pop-up* atau notifikasi pada halaman depan aplikasi MAXstream dan juga meambahkan tampilan awal mengenai konten MAXstream terbaru.
4. Menambahkan filter pemain konten *original* MAXstream untuk bagi pengguna di instagram untuk mendapatkan paket MAXstream bagi pengguna dapat memberikan kesenangan.
5. Untuk meningkatkan kecanduan artinya dapat menghabiskan waktu lebih banyak, upaya tersebut MAXstream menambahkan konten original yang menarik dan berseri.

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian yang telah dilakukan masih jauh dari kata sempurna dan masih dapat dimaksimalkan. Oleh karena itu, peneliti memberikan beberapa saran bagi penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Penelitian ini menggunakan jurnal mengenai *continued intention to use video on demand* aplikasi MAXstream, untuk penelitian selanjutnya

disarankan adanya variabel *social influence* dengan jurnal (M. Chen et al., 2021) mengenai dengan topik.

2. Mengingat dalam penelitian ini tersedia paket MAXstream. Peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya mengkomodir MAXstream Gala yang menyasar paket HBO GO.
3. Penelitian ini menyasar kategori *basic* dan *premium* mengingat kategori tersebut pada MAXstream ada 3 yakni *free*, *basic*, *premium* dan peneliti menyarankan untuk menambahkan kategori *free*
4. Penelitian ini tidak meneliti variabel *social value* pada jurnal utama. Peneliti menyarankan menggunakan variabel *social value* untuk penelitian selanjutnya.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

162