

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil analisis data yang menggunakan metode *Structural Equation Modeling* atau SEM dengan memakai *software SmartPLS* versi 3.0 dimana dalam hasil analisis data tersebut menunjukkan bahwa data yang ada *valid* dan *reliabel*. Penelitian ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel *perceived usefulness*, *satisfaction*, *confirmation*, dan *enjoyment* terhadap *continuance intention*. Berikut adalah hasil dari penelitian ini :

1. *Perceived Usefulness*

Perceived usefulness memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *satisfaction* dan *continuance intention*. Pernyataan ini menjelaskan bahwa suatu layanan *video streaming* yang memiliki manfaat atau kegunaan yang baik dan dapat dirasakan hingga membekas dalam ingatan konsumen, maka semakin besar kepuasan pelanggan dan berakhir dengan perilaku konsumen yang melakukan pembelian berkelanjutan.

2. *Satisfaction*

Satisfaction memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *continuance intention*. Pernyataan ini menjelaskan bahwa suatu layanan *video streaming* yang memenuhi harapan konsumen hingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang ada, maka semakin besar minat konsumen untuk membeli layanan yang sama secara terus-menerus.

3. *Confirmation*

Confirmation memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness* dan *satisfaction*. Pernyataan ini menjelaskan bahwa suatu layanan *video streaming* yang menanamkan kepercayaan dari pelanggan terkait kualitas layanan yang ada, maka manfaat atau kegunaan yang dimiliki layanan *streaming* tersebut akan disadari.

Bahkan juga meyakini bahwa layanan *streaming* tersebut pasti akan memberikan kualitas yang sesuai harapan hingga lebih dari ekspektasi konsumen.

4. *Enjoyment*

Enjoyment memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *satisfaction* dan *continuance intention*. Pernyataan ini menjelaskan bahwa suatu layanan *video streaming* memberikan kenyamanan atau kenikmatan dalam pelayanannya, maka dapat membangun kepuasan konsumen dan bahkan bisa membangun niat konsumen untuk membeli secara berkelanjutan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Untuk Perusahaan

Dalam hasil penelitian ini, telah ditunjukkan bahwa *continuance intention* dipengaruhi oleh *perceived usefulness*, *satisfaction*, *confirmation*, dan *enjoyment* sehingga saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan niat membeli kembali dari konsumen, maka perlu adanya peningkatan pada kepuasan pelanggan, keyakinan pelanggan terhadap layanan, kenyamanan atau kenikmatan selama penggunaannya, dan pengalaman konsumen selama menggunakan layanan tersebut. Peningkatan ini dapat dilakukan dengan membuat fitur-fitur baru dan memperbaiki fitur-fitur lama atau sudah ada sebelumnya. Fitur-fitur yang perlu diperbaiki adalah sistem pembayaran, kualitas video yang terkadang tidak stabil, penilaian yang tidak dapat dilihat oleh banyak konsumen, spoiler terkait series yang disediakan, dan kode pencarian kategori film atau series yang sulit dicari.
2. Netflix dapat mempertimbangkan beberapa ide fitur maupun perubahan yang diberikan untuk mengembalikan pengurangan pelanggan. Ide-ide, seperti *X-Ray*, forum diskusi, Nobar, dan list

kategori dapat menjadi pertimbangan untuk perusahaan Netflix. Pertimbangan harga juga masih dapat diperhitungkan dengan baik agar tidak semakin berkurang pelanggan Netflix hanya karena harga.

3. Netflix perlu memaksimalkan pelayanannya atau *service* yang diberikan untuk membangun hubungan yang baik dengan konsumen sehingga konsumen merasa lebih dekat dengan Netflix. Netflix dapat menggunakan sistem fitur ulang tahun untuk menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan sehingga terasa akrab. Netflix juga dapat mempertimbangkan interaksi antar akun supaya terjalin hubungan baik antara pengguna Netflix .

5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

Pada penelitian ini, peneliti mengakui bahwa masih ada beberapa kekurangan yang memerlukan perbaikan atau penyempurnaan untuk di masa yang akan datang. Batasan-batasan yang ada pada penelitian ini dapat menjadi alasan untuk dikembangkan dalam penelitian selanjutnya. Berikut adalah saran yang dapat diberikan peneliti kepada peneliti selanjutnya :

1. Dalam penelitian ini, masih terdapat kekurangan informasi yang salah satunya adalah alasan pelanggan-pelanggan Netflix di Indonesia berhenti menggunakan video streaming. Ini perlu untuk dilengkapi supaya semakin jelas permasalahan yang ada pada Netflix dan semakin mempertajam penyelesaian masalah Netflix.
2. Dalam penelitian ini, masih kurang informasi terkait indikator kuisisioner yang bisa lebih baik lagi khususnya pada pertanyaan “apakah anda suka menonton video streaming?” ini bisa dikembangkan lebih halus lagi supaya tidak terlalu spontan.
3. Dalam penelitian ini, variabel yang dimiliki masih terbatas sehingga untuk penelitian selanjutnya dapat diterapkan variabel lain diluar kelima variabel ini khususnya terkait continuance intention dalam layanan streaming dimana ada variabel yang dapat

dipertimbangkan, seperti perceived ease of use dalam jurnal penelitian yang dilakukan oleh Hamid et al. (2016), perceived interactivity dalam jurnal penelitian yang dilakukan oleh Zhao & Lu (2012), customer experience dalam jurnal penelitian yang dilakukan oleh Wijaya et al.(2019), dan perceived service quality dalam jurnal penelitian yang dilakukan oleh Fu et al.(2018).

