

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis yang telah dijalankan dan dilakukan oleh penulis dengan menggunakan software PLS-SEM yang bertujuan untuk melihat pengaruh dari *Compatibility*, *Relative Advantage*, *Accessibility*, *Perceived Performance Risk*, *Perceived Safety*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Attitude* terhadap *Intention to Use* dari aplikasi GoPlay. Sehingga penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Uji Hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Compatibility* memiliki pengaruh positif terhadap variabel *Perceived Ease of Use*. Hal ini didasarkan pada hasil perhitungan yang diperoleh menunjukkan bahwa hasil perhitungan dari *Tvalue* adalah sebesar 4.092 yang dimana hasil perhitungan ini lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *Tvalue* dan juga perhitungan terhadap nilai *Pvalue* adalah sebesar 0.000, yang mana nilai ini lebih kecil dibandingkan dengan nilai signifikan *Pvalue*. Dalam hal ini kompatibelnya suatu perangkat atau *device* yang akan digunakan akan sangat bergantung terhadap persepsi kemudahan yang dirasakan. Semakin kompatibel aplikasi GoPlay terhadap beberapa *device* yang digunakan semakin baik tingkat persepsi kemudahan penggunaan bagi calon pelanggan GoPlay.
2. Uji hipotesis yang dilakukan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Relative Advantage* memiliki pengaruh positif terhadap variabel *Perceived Usefulness*. Hal ini didasarkan pada hasil perhitungan yang diperoleh menunjukkan bahwa hasil perhitungan *Tvalue* adalah sebesar 3.291 yang dimana hasil perhitungan ini lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *Tvalue* dan perhitungan terhadap nilai

Pvalue adalah sebesar 0.001, nilai ini lebih kecil dibandingkan dengan nilai signifikan *Pvalue*. Dalam hal ini keuntungan atau keunggulan yang diberikan GoPlay kepada calon pelanggan baru akan mencerminkan sejauh mana persepsi kegunaan dapat diterima dengan baik. Sejauh mana keuntungan yang dirasakan oleh pelanggan dapat memudahkan mereka mendapatkan layanan film *Streaming Video On Demand* yang mereka butuhkan dengan cepat dibandingkan aplikasi lainnya sehingga dapat meningkatkan tingkat kinerja mereka dalam penggunaan layanan SVOD.

3. Uji hipotesis yang dilakukan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Accessibility* memiliki pengaruh positif terhadap variabel *Perceived Ease of Use*. Hal ini didasarkan pada hasil perhitungan yang telah diperoleh menunjukkan bahwa hasil perhitungan dari *Tvalue* adalah sebesar 4.697 yang disimpulkan bahwa hasil perhitungan ini lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *Tvalue* dan perhitungan terhadap nilai *Pvalue* adalah sebesar 0.000, yang mana nilai ini lebih besar dibandingkan dengan nilai signifikan *Pvalue*. Dalam hal ini aksesibilitas menjadi faktor penting dalam persepsi kemudahan, semakin mudah GoPlay diakses oleh pelanggan, semakin meningkat persepsi pelanggan tentang kemudahan penggunaan. Ketika pelanggan bisa menjalankan aplikasi GoPlay dimana pun dan kapan pun dengan mudah maka akan dengan mudah mereka mempelajari fitur-fiturnya tanpa memerlukan usaha lebih.
4. Uji hipotesis yang dilakukan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Accessibility* tidak memiliki pengaruh positif terhadap variabel *Perceived Usefulness*. Hal ini didasarkan pada hasil perhitungan yang telah diperoleh menunjukkan bahwa hasil perhitungan dari *Tvalue* adalah sebesar 1.229 yang disimpulkan bahwa hasil perhitungan ini lebih rendah jika dibandingkan dengan nilai *Tvalue* dan perhitungan

terhadap nilai *Pvalue* adalah sebesar 0.110 yang mana nilai ini lebih besar dibandingkan dengan nilai signifikan *Pvalue*. Dalam hal ini aksesibilitas yang dirasakan oleh pelanggan tidak mampu menciptakan persepsi kegunaan yang baik apabila aksesibilitas yang diciptakan masih rendah. Ketika aksesibilitas mampu bekerja dengan baik maka kegunaan yang dirasakannya pun akan lebih memudahkan calon pelanggan. Dikarenakan apabila adanya keterbatasan *device* atau perangkat maka akan menurunkan persepsi kegunaan yang dirasakan.

5. Uji hipotesis yang dilakukan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Perceived Performance Risk* memiliki pengaruh negatif terhadap variabel *Attitude*. Hal ini didasarkan pada hasil perhitungan yang telah diperoleh menunjukkan bahwa hasil perhitungan dari *Tvalue* adalah sebesar 3.350 yang disimpulkan bahwa hasil perhitungan ini lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *Tvalue* dan perhitungan terhadap nilai *Pvalue* adalah sebesar 0.000, nilai ini lebih kecil dibandingkan dengan nilai signifikan *Pvalue*. Dalam hal ini resiko yang dirasakan oleh pelanggan dapat menciptakan persepsi negatif dari pelanggan apabila aplikasi tersebut dapat memberikan tingkat resiko yang tinggi.
6. Uji hipotesis yang dilakukan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Perceived Safety* memiliki pengaruh positif terhadap variabel *Attitude*. Hal ini didasarkan pada hasil perhitungan yang telah diperoleh menunjukkan bahwa hasil perhitungan dari *Tvalue* adalah sebesar 2.284 yang disimpulkan bahwa hasil perhitungan ini lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *Tvalue* dan perhitungan terhadap nilai *Pvalue* adalah sebesar 0.011, nilai ini lebih kecil dibandingkan dengan nilai signifikan *Pvalue*. Dalam hal ini terjaga keamanan data dan kepercayaan pelanggan sangat mempengaruhi persepsi positif. Hal tersebut dikarenakan pengguna khawatir apabila data yang dimasukkan akan tersebar atau diretas oleh oknum maupun institusi

yang tidak bertanggung jawab serta takut akan keandalan sistem yang dimiliki GoPlay. Ketika konsumen merasa khawatir artinya GoPlay perlu meningkatkan kepercayaan kepada pengguna agar tercipta persepsi positif dari pengguna.

7. Uji hipotesis yang dilakukan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif terhadap variabel *Attitude*. Hal ini didasarkan pada hasil perhitungan yang telah diperoleh menunjukkan bahwa hasil perhitungan dari *Tvalue* adalah sebesar 3.892 yang disimpulkan bahwa hasil perhitungan ini lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *Tvalue* dan perhitungan terhadap nilai *Pvalue* adalah sebesar 0.000, yang mana nilai ini lebih kecil dibandingkan dengan nilai signifikan *Pvalue*. Hal tersebut dikarenakan pelanggan GoPlay bisa dapat merasakan kemudahan yang diberikan oleh GoPlay dalam membantu kinerja pengguna sehingga pelanggan bisa merasakan dan memiliki persepsi dan evaluasi positif terhadap GoPlay.

8. Uji hipotesis yang dilakukan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap variabel *Attitude*. Hal ini didasarkan pada hasil perhitungan yang telah diperoleh menunjukkan bahwa hasil perhitungan dari *Tvalue* adalah sebesar 4.658 yang disimpulkan bahwa hasil perhitungan ini lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *Tvalue* dan juga perhitungan terhadap nilai *Pvalue* adalah sebesar 0.000, yang mana nilai ini lebih kecil dibandingkan dengan nilai signifikan *Pvalue*. Sehingga kegunaan yang dirasakan oleh pelanggan dapat menciptakan persepsi positif dari pelanggan karena aplikasi tersebut dapat memberikan tingkat kinerja dan kegunaan yang berguna bagi pelanggan.

9. Uji hipotesis yang dilakukan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Attitude* memiliki pengaruh positif terhadap variabel *Intention to Use*. Hal ini didasarkan pada hasil perhitungan yang telah diperoleh menunjukkan bahwa hasil perhitungan dari *Tvalue* adalah sebesar 15.521 yang disimpulkan bahwa hasil perhitungan ini lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *Tvalue* dan juga perhitungan terhadap nilai *Pvalue* adalah sebesar 0.000, yang mana nilai ini lebih kecil dibandingkan dengan nilai signifikan *Pvalue*. Hal tersebut dikarenakan pelanggan dari GoPlay telah memiliki evaluasi dan persepsi positif terhadap aplikasi GoPlay maka mereka akan memiliki minat dan keinginan untuk menggunakan aplikasi GoPlay kedepannya.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian dan analisis data yang telah dilakukan dan dikumpulkan oleh penulis maka penulis memiliki saran dan rekomendasi untuk perusahaan dan peneliti mendatang yang berkeinginan untuk melakukan penelitian pada isu dan topik yang sama berdasarkan temuan penelitian dan analisis data penulis. Untuk memungkinkan peneliti masa depan yang lebih mendalam, ide dan masukan, penulis memiliki beberapa rekomendasi tersebut yang terdiri diantaranya:

5.2.1 Saran Untuk Perusahaan

1. Peneliti merekomendasikan GoPlay perlu menyediakan film-film yang menarik misalnya film dari berbagai genre, film yang mudah dicari oleh pelanggan, film yang *ter-update* sehingga pelanggan merasa bahwa GoPlay mampu memenuhi kebutuhan mereka dalam menonton *Streaming Video On Demand*.
2. Peneliti menyarankan agar GoPlay menyeleksi isi konten dan berfokus pada satu segmentasi konten saja, dikarenakan di dalam aplikasi GoPlay terlalu banyak fitur yang bermacam-macam mulai dari film dan *series*, *live streaming* para *content creator*, *live streaming series* yang berjadwal tiap minggunya hingga sampai *games* juga disediakan sehingga pelanggan merasa bahwa GoPlay tidak konsisten dari segi isi konten, sehingga dapat

memuaskan pelanggan dapat membantu pelanggan dalam merasakan manfaat dalam berlangganan GoPlay.

3. Peneliti menyarankan agar GoPlay mampu mengembang fitur pada aplikasi agar dapat terhubung pada *device* atau perangkat lunak lainnya selain *smartphone*. Selain itu GoPlay perlu menyediakan fitur pembagian genre per *section* masing-masing agar pelanggan mudah dalam mencari genre yang ingin ditonton. Sehingga pelanggan merasa mudah untuk menggunakan layanan SVOD GoPlay dimana saja yang mereka inginkan tanpa perlu terbatas ruang gerak.
4. Peneliti menyarankan untuk membuat film atau *series* yang diproduksi oleh GoPlay dengan beberapa aktor atau aktris yang sedang *booming* di kalangan remaja dikarenakan remaja saat ini yang paling mendominasi dunia perfilman Tanah Air dan juga hanya tayang khusus *exclusive* di aplikasi GoPlay. Sehingga makin banyak pengguna yang berminat untuk menonton *series* tersebut.
5. Peneliti menyarankan agar GoPlay mampu menciptakan keamanan pada data pelanggan. Seperti ketika pelanggan ingin menonton pada GoPlay, sebelum masuk ke halaman utama, pelanggan perlu memasukkan pin agar bisa menikmati konten-konter berbayar yang disediakan GoPlay. Dengan hal tersebut pelanggan merasa lebih aman bahwa aplikasi mereka tidak bisa diretas atau dipergunakan untuk menonton oleh oknum yang tidak bertanggung jawab.
6. Peneliti menyarankan GoPlay agar mampu menyediakan fitur *watching list* untuk memudahkan pelanggan menyimpan *list* film yang akan ditonton dan bisa dicari lagi kapan pun. Selain itu GoPlay perlu menyediakan fitur *continue watching* agar memudahkan pelanggan ketika pelanggan belum selesai dalam menonton. Sehingga ketika pelanggan ingin lanjut menonton, pelanggan tidak merasa sulit untuk mencari durasi terakhir saat menonton.
7. Peneliti menyarankan untuk menyediakan film-film yang *trending* agar mampu menarik minat pelanggan yang ingin mencari film yang sedang *booming* dan yang mereka butuhkan namun belum ada di *platform* lainnya

sehingga pengguna dapat merasakan konten yang *fresh*. Selain itu GoPlay juga perlu menyediakan film yang sedang ramai tayang sehingga konten pada GoPlay tidak tertinggal dibandingkan isi konten dari pesaing SVOD di Indonesia.

8. Peneliti menyarankan agar GoPlay harus meningkatkan kualitas tampilan dengan menyediakan pilihan resolusi film, pemutaran film yang lancar dengan menyediakan fitur *subtitle* agar lebih memudahkan pelanggan, dan fitur-fitur pendukung lainnya yang disertakan dalam GoPlay. Dengan tingginya kualitas tampilan, kelancaran pemutaran film dan fitur yang terdapat pada GoPlay akan memberikan evaluasi yang positif sehingga pelanggan akan memiliki niat untuk berlanggan.

5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Penulis juga memberikan saran kepada peneliti selanjutnya berupa:

1. Bagi peneliti yang ingin menggunakan variabel *perceived safety* pada penelitiannya, dapat mengembangkan dengan bahasa yang tepat agar responden dapat memahaminya. Hal ini dikarenakan ketika pertanyaan atau pernyataan yang dipilih dari penelitian terdahulu memiliki pertanyaan atau pernyataan yang kurang sesuai dengan konteks pada penelitian ini yang membuat responden merasa kebingungan dalam menjawab setiap indikator. Maka dari itu, untuk penelitian berikutnya harus memilah-milah jurnal yang memiliki indikator *perceived safety*.
2. Peneliti menyarankan untuk menguji variabel *Convenience* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention to Use* hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Princi & Krämer (2020) *Convenience* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention to Use*. Hal ini dikarenakan pada jurnal utama yang digunakan peneliti tidak menguji variabel *Convenience* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention to Use* yang bisa dibilang cukup penting untuk mengukur sejauh mana calon pelanggan merasa sesuatu yang dapat menambah rasa nyaman seseorang, tidak sulit, berguna dan bermanfaat (Lew G. Brown, 1989).