



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

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *software* IBM SPSS versi 25 untuk menguji *variable Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Habit, Price Value, Content Piracy dan Purchase Intention* pada pengguna Prime Video di Indonesia. Penulis menarik kesimpulan berdasarkan hasil olah data terhadap delapan *variable* yaitu

1. *Performance Expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *Purchase Intention* dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ serta nilai T hitung (5,793) $> T$ Table (1,651). Peneliti dapat menyimpulkan bahwa ketika pengguna percaya terhadap suatu teknologi maka tidak mengherankan jika mereka ingin terus menggunakan teknologi seperti *video streaming* kedepannya dikarenakan dengan menggunakan *video streaming* seperti Prime Video dapat memberikan banyak manfaat serta dapat standar hidup mereka.
2. *Effort Expectancy* tidak memiliki pengaruh terhadap *Purchase Intention* (berpengaruh negative) dengan nilai signifikansi $0,755 > 0,05$ serta nilai T hitung (-0,313) $< T$ Table (1,651). Peneliti dapat menyimpulkan bahwa factor yang paling mempengaruhi pengguna menggunakan aplikasi video streaming yaitu factor kepraktisan.
3. *Social Influence* memiliki pengaruh positif terhadap *Purchase Intention* dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ serta nilai T hitung (4,306) $> T$ Table (1,651). Peneliti dapat menyimpulkan bahwa ketika pengguna memiliki keluarga atau kerabat yang menggunakan suatu *platform video streaming* seperti Prime Video dan memberikan ulasan yang positif maka secara otomatis pengguna tersebut tertarik untuk mencoba dan menggunakannya.

4. *Facilitating Condition* memiliki pengaruh positif terhadap *Purchase Intention* dengan nilai signifikansi $0,016 < 0,05$ serta nilai T hitung (2,422) $> T$ Table (1,651). Peneliti dapat menyimpulkan bahwa ketika pengguna memiliki *resource* atau pengetahuan lebih mengenai suatu *platform video streaming* seperti Prime Video akan lebih memudahkannya ketika terjadi kendala, dan lebih cepat juga menemukan solusinya tanpa harus menunggu berhari-hari untuk menyelesaikannya. Sehingga dengan *resources* yang dimiliki akan membantu untuk mengoperasikan *video streaming* seperti Prime Video.
5. *Hedonic Motivation* tidak memiliki pengaruh terhadap *Purchase Intention* dengan nilai signifikansi $0,778 > 0,05$ serta nilai T hitung (-0,283) $< T$ Table (1,651). Peneliti dapat menyimpulkan bahwa sebelum pengguna berlangganan maka mereka perlu melihat *review* dan konfirmasi dari pengguna sebelumnya yang menggunakan Prime Video sangat mempengaruhi apa yang mereka rasakan. Ketika pengguna puas maka dapat meningkatkan niat mereka untuk berlangganan.
6. *Price Value* tidak memiliki pengaruh terhadap *Purchase Intention* dengan nilai signifikansi $0,378 > 0,05$ serta nilai T hitung (-0,883) $< T$ Table (1,651). Peneliti dapat menyimpulkan bahwa ketika pengguna memiliki budget berlangganan *platform video streaming* tersendiri maka mereka tidak khawatir akan biaya yang dikeluarkan untuk menonton.
7. *Habit* memiliki pengaruh positif terhadap *Purchase Intention* dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ serta nilai T hitung (5,300) $> T$ Table (1,651). Peneliti dapat menyimpulkan bahwa ketika pengguna memiliki kebiasaan menggunakan layanan video streaming meskipun dari yang sebelumnya gratis menjadi berbayar itu tidak masalah baginya dikarenakan mereka menyukai atau sudah menjadi kebiasaanya menggunakan layanan tersebut.

8. *Content Piracy* tidak memiliki pengaruh terhadap *Purchase Intention* dengan nilai signifikansi $0,198 > 0,05$ serta nilai T hitung $(1,290) > T$ Table $(1,651)$. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa pembajakan film merupakan perilaku *illegal* yang dapat dipengaruhi oleh 3 faktor yaitu factor ekonomi, *factor collection* (kenikmatan film) dan factor social (interaksi dan konektivitas dengan orang lain). Serta pengguna yang melakukan pembajakan film dapat merugikan perkembangan industri konten online seperti *video streaming* dari perspektif jangka panjang (pemilik merasa rugi dikarenakan pengguna lebih menyukai menonton film secara illegal tanpa harus berlangganan terlebih dahulu).

5.2 Saran

Setelah melakukan, menguji dan mendapatkan hasil dari penelitian ini, peneliti memiliki beberapa saran kepada pihak terkait secara langsung maupun tidak langsung dan memberikan saran untuk penelitian selanjutnya yang tertarik dengan topik video streaming agar mendapatkan temuan baru yang lebih bermanfaat. Berikut saran (masukan) yang dimiliki oleh peneliti sebagai berikut:

5.2.1 Bagi Universitas

Peneliti berharap UMN dapat menjadi universitas yang dapat menjadi tempat untuk memberikan bimbingan, pembekalan serta dukungan bagi mahasiswa untuk mengembangkan bakat dan minatnya.

5.2.2 Bagi Perusahaan

1. Prime Video dapat mendesain interface aplikasi yang digunakan pengguna dengan cara yang nyaman (*user friendly*), seperti menempatkan tombol fungsional dalam jangkauan pengguna di bawah operasi satu tangan. Selain itu, pengelompokan tombol juga disarankan, untuk mempermudah pengguna menemukan tombol yang dimaksud serta menggunakan Bahasa aplikasi yang sederhana atau ikon aplikasi

2. Prime Video dapat mengelompokkan fitur yang disesuaikan dengan kegunaan seperti fitur khusus amazon original, fitur *genre* (film, acara tv, anime, documenter, drama, horror dan lain sebagainya) dapat dikelompokkan menjadi satu, fitur *download* (konten film yang ingin ditonton secara offline), fitur bahasa baik *audio* maupun *subtitle* (ke semua Bahasa), fitur *setting* di *breakdown* sesuai fungsi (fitur untuk stream dan unduh, fitur penghapusan konten, fitur *help* (via telepon, email maupun *live chat*) serta menambahkan fitur mode senyap (menolak panggilan secara otomatis atau membalas pesan ke panggilan tak terjawab) pada saat menonton video untuk mempermudah pengguna menggunakan Prime Video.
3. Prime Video juga dapat meningkatkan kualitas video pada saat proses *streaming* dilakukan dengan menambahkan resolusi gambar. Sehingga pengguna dapat menikmati film dengan memilih dan menyesuaikan dengan kuota yang dimilikinya ketika menggunakan Prime Video.
4. Prime Video dapat merespon keluhan pengguna dengan bijak (menanggapi dengan cepat baik itu komentar positif maupun *negative*) seperti memperbaiki kekurangan dari aplikasi yaitu penempatan *subtitle* di setiap video masih belum tepat, hal tersebut dapat mengganggu kenyamanan pengguna ketika sedang menonton.
5. Prime Video juga dapat menghilangkan beberapa iklan singkat yang muncul pada saat film ditayangkan, meskipun iklan tersebut muncul dalam beberapa detik tetapi itu dapat mengganggu kenyamanan pada saat menonton.
6. Prime Video juga dapat menerapkan *promo bundle* untuk pengguna baru agar mereka tertarik untuk mencoba menggunakan aplikasi Prime Video seperti *promo bundle* untuk mengakses berapa perangkat dalam satu akun.
7. Prime Video juga dapat membuat *campaign* untuk meningkatkan *brand awareness* serta menarik perhatian pengguna *video streaming*

untuk berlangganan Prime Video seperti bekerja sama dengan *idol* atau tokoh komik seperti *minion*, *supersonic*, dan lain sebagainya dengan bantuan *key opinion leader* seperti *actor*, maupun *actress* maupun selebgram untuk mempromosikan Prime Video di akun sosial media (Instagram dan tiktok) mereka. Prime Video dapat menambahkan panduan penggunaan di *homepage* aplikasi agar pengguna tidak kebingungan ketika ingin menonton di Prime Video (seperti memberikan panduan sebelum pengguna menggunakan atau berlangganan). Atau pengelola Prime Video dapat menambahkan opsi bantuan (*live chat* atau tutorial animasi) ketika pengguna mengalami kesulitan untuk mengakses aplikasi dikarenakan *resources* yang dimiliki pengguna masih minim

8. Prime Video dapat meningkatkan aksesibilitas dari aplikasi ketika digunakan seperti menambah serta menyediakan berbagai macam varian konten seperti drama korea, *channel sport*, dan lain sebagainya serta tidak hanya menyediakan konten yang tidak populer saja.



5.2.3 Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Bagi penelitian selanjutnya dapat digunakan sebagai perbandingan atau referensi penelitian terkait video streaming maupun variable pendukung lain agar hasil mengenai penelitiannya menjadi lebih baik lagi kedepannya.
2. Bagi penelitian selanjutnya sebaiknya lebih memperdalam mengenai permasalahan atau topik yang akan diangkat menjadi penelitian agar pembahasan menjadi lebih detail dan spesifik.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA