

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian teori dan pembahasan hasil penelitian dengan pendekatan analisis deskriptif dan verifikatif menggunakan SEM dengan bantuan *software* IBM SPSS AMOS mengenai pengaruh *E-Service Quality* terhadap E-WOM melalui *E-Satisfaction* pada pengguna Netflix di Indonesia dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran *E-Service Quality*, E-WOM, dan *E-Satisfaction* pada pengguna Netflix di Indonesia.

Hasil analisis E-WOM menunjukkan tiga dimensi yang memengaruhi pengguna aplikasi Netflix di Indonesia: *intensity*, *content*, dan *opinion*. *Opinion* menjadi kontributor terbesar terhadap E-WOM, diikuti oleh *intensity* dan *content*. Hal ini menandakan bahwa pengguna cenderung berbagi konten terkait Netflix, namun memberikan penilaian dan rekomendasi pada *platform* jejaring sosial. Melalui Tabel Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden, terdapat satu (1) item pernyataan pada dimensi *opinion* masuk dalam kategori “Sebagian Besar”, sementara item lainnya dikategorikan dalam kelompok “Hampir Seluruhnya”. Skor keseluruhan menunjukkan bahwa pengguna Netflix memiliki tingkat E-WOM pada kategori “Tinggi” pada perhitungan garis kontinum.

Analisis *e-satisfaction*, terdapat tiga dimensi utama: *ease of use*, *usefulness*, dan *attitude*. *Ease of use* menjadi kontributor terbesar terhadap *e-satisfaction*, diikuti oleh *usefulness* dan *attitude*. Semua item pernyataan pada variabel *e-satisfaction* dikategorikan dalam kelompok “Hampir Seluruhnya Puas” berdasarkan Tabel Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responde dan Perhitungan Garis Kontinum. Pengguna menganggap aplikasi ini mudah digunakan dan bermanfaat, namun dimensi *attitude* mendapat kontribusi terendah dalam penilaian *e-satisfaction*.

Analisis *e-service quality* teridentifikasi enam dimensi utama: *content quality*, *navigation*, *management system*, *customer service*, *system reliability*,

dan *connection quality*. Melalui Perhitungan Garis Kontinum dan Tabel Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden, skor keseluruhan menunjukkan bahwa pengguna Netflix masuk dalam kategori "Hampir Seluruhnya Berkualitas" dengan dimensi *navigation* menjadi kontributor terbesar terhadap *e-service quality*, diikuti oleh *content quality*. Skor keseluruhan menunjukkan bahwa Netflix menawarkan layanan berkualitas dengan kontribusi tertinggi dari *content quality* dan *navigation*. Dimensi *management system*, *customer service*, *system reliability*, dan *connection quality* memberikan kontribusi, meskipun sedikit lebih rendah.

2. Terdapat bukti bahwa *e-satisfaction* berperan sebagai mediator yang kuat antara *e-service quality* dan E-WOM. Meskipun pengaruh langsung *e-service quality* terhadap E-WOM signifikan, pengaruh tidak langsung melalui *e-satisfaction* jauh lebih dominan. Hal ini menegaskan bahwa persepsi *e-satisfaction* terhadap *e-service quality* memiliki pengaruh kuat dalam membentuk dan memengaruhi koneksi antara *e-service quality* dan E-WOM.
3. Analisis empiris menegaskan keterkaitan kuat antara *e-service quality* dan *e-satisfaction*. Temuan ini mengonfirmasi bahwa peningkatan *e-service quality* dapat langsung meningkatkan tingkat kepuasan pengguna di lingkungan Netflix. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan korelasi positif antara *e-service quality* dan *e-satisfaction*, menegaskan peran penting *e-service quality* dalam membentuk tingkat *e-satisfaction*.
4. Terdapat pengaruh signifikan antara *e-satisfaction* dan E-WOM. Hasil menunjukkan bahwa tingkat *e-satisfaction* dapat memengaruhi bagaimana pengguna berbagi informasi atau pengalaman dengan orang lain melalui media elektronik. Hal ini menekankan pentingnya memahami koneksi antara *e-satisfaction* dan perilaku berbagi informasi dalam penggunaan layanan elektronik.
5. Tidak terdapat bukti untuk mendukung adanya pengaruh signifikan antara *e-service quality* dan E-WOM secara statistik. Hal ini menyoroti bahwa meskipun *e-service quality* dan E-WOM mungkin memiliki keterkaitan

teoritis, dalam praktiknya, tidak ada cukup bukti secara statistik untuk mengonfirmasi korelasi langsung antara keduanya.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan uraian hasil penelitian penulis memberikan rekomendasi mengenai pengaruh *E-Service Quality* Terhadap E-WOM Melalui *E-Satisfaction* pada pengguna Netflix di Indonesia sebagai berikut:

1. Gambaran E-WOM, *E-Satisfaction* dan *E-Service Quality* pada Pengguna Netflix di Indonesia

Skor keseluruhan pada variabel E-WOM menunjukkan bahwa pengguna Netflix memiliki tingkat E-WOM pada kategori “Tinggi” pada perhitungan garis kontinum. Melalui Tabel Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden, namun ada beberapa faktor yang perlu ditingkatkan berdasarkan ketercapaian dimensi dengan nilai terendah sehingga kinerja E-WOM. Perolehan skor item pernyataan kuesioner terendah pada dimensi *opinion* rekomendasi sebagai berikut:

- a. Niat dalam memberikan penilaian mengenai perusahaan Netflix di jejaring sosial, dengan rekomendasi mengimplementasikan kampanye "Beri Penilaian" atau menghadirkan *pop-up* notifikasi penilaian pada saat pengguna membuka dan menggunakan aplikasi. Langkah ini dapat melibatkan kampanye pemasaran yang menekankan kepentingan dan manfaat berbagi pengalaman pengguna. Selain itu, untuk meningkatkan keterlibatan langsung, disarankan untuk menerapkan *pop-up* notifikasi pada saat-saat kunci selama penggunaan aplikasi, seperti setelah menyelesaikan streaming atau ketika meninggalkan ulasan. Strategi ini harus dirancang dengan bijaksana, memperhatikan *timing* yang tepat dan personalisasi untuk meningkatkan efektivitas.
- b. Berdasarkan hasil kuesioner, terlihat bahwa skor untuk item-item terkait aktivitas pengguna di jejaring sosial yang berkaitan dengan Netflix, seperti frekuensi menulis ulasan, niat memberikan diskusi, niat memberikan penilaian, dan niat mencari ulasan atau informasi mengenai layanan atau produk Netflix, memiliki skor yang rendah. Hal ini mengindikasikan

bahwa pengguna tidak begitu aktif dalam berpartisipasi atau berinteraksi dengan konten terkait Netflix di jejaring sosial. Untuk meningkatkan interaksi dan keterlibatan pengguna di platform jejaring sosial, perusahaan Netflix dapat mempertimbangkan beberapa strategi. Pertama, perusahaan dapat mengadakan kampanye atau kontes yang mengajak pengguna untuk berpartisipasi aktif dengan menulis ulasan atau memberikan penilaian terhadap layanan atau produk Netflix. Dengan demikian, mereka dapat merasa lebih termotivasi untuk berbagi pengalaman mereka dengan orang lain di jejaring sosial. Selain itu, perusahaan dapat lebih aktif terlibat dalam diskusi atau interaksi dengan pengguna, merespons komentar atau pertanyaan pengguna, dan berbagi informasi atau berita terbaru seputar Netflix. Strategi ini juga dapat membantu membangun hubungan yang lebih erat antara perusahaan dan pengguna serta menciptakan atmosfer yang lebih interaktif di jejaring sosial.

Skor keseluruhan variabel *e-satisfaction* menunjukkan bahwa pengguna Netflix memiliki tingkat *e-satisfaction* pada kategori “Puas” pada perhitungan garis kontinum. Berdasarkan Tabel Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden, namun ada beberapa faktor yang perlu ditingkatkan berdasarkan ketercapaian dimensi dengan nilai terendah pada kinerja *e-satisfaction*, rekomendasi dimensi *e-satisfaction* disajikan sebagai berikut:

- c. Perolehan Skor Terendah: Kemampuan Netflix menyajikan informasi petunjuk pengguna, merupakan item pertanyaan pada dimensi *ease of use* dengan rekomendasi sebagai berikut: upaya perbaikan dapat dilakukan dengan memperbarui antarmuka pengguna (UI) menjadi lebih intuitif dan memberikan panduan terperinci. Diperlukan desain UI yang memudahkan pengguna untuk dengan cepat memahami dan mengakses informasi yang dibutuhkan. Selain itu, disarankan untuk menyediakan video tutorial sederhana atau *walk-through* agar dapat membantu pengguna dalam memahami informasi petunjuk penggunaan. Video tutorial dapat menjadi alat efektif untuk menyampaikan informasi secara visual dan memberikan

panduan langkah-demi-langkah untuk memaksimalkan pengalaman pengguna. Langkah ini diharapkan dapat meningkatkan kemudahan penggunaan *platform*, mengurangi hambatan interpretasi informasi, dan akhirnya meningkatkan perolehan skor pada dimensi *ease of use*.

Skor keseluruhan variabel *e-service quality* menunjukkan bahwa pengguna Netflix memiliki tingkat *e-service quality* pada kategori “Berkualitas” pada perhitungan garis kontinum. Melalui Tabel Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden, namun ada beberapa faktor yang perlu ditingkatkan berdasarkan ketercapaian dimensi dengan nilai terendah, disajikan sebagai berikut:

- d. Perolehan Skor Terendah: Efektivitas respon Netflix dalam memberikan pelayanan bantuan teknis, merupakan item pertanyaan pada dimensi *customer service* dengan rekomendasi sebagai berikut: alam rangka meningkatkan performa *customer service*, perusahaan dapat mengambil beberapa langkah. Pertama, disarankan untuk meningkatkan pelatihan karyawan di unit layanan pelanggan. Pelatihan lebih mendalam akan membantu karyawan memahami secara lebih baik berbagai masalah teknis dan memberikan solusi dengan lebih efektif. Selain itu, implementasi sistem tiket atau pelacakan permintaan bantuan, sistem ini akan membantu memastikan bahwa setiap permintaan bantuan teknis memiliki nomor tiket dapat dilacak, sehingga tidak ada permintaan terabaikan atau terlewatkan. Dengan adanya sistem ini, perusahaan dapat lebih terorganisir dalam menanggapi setiap pertanyaan atau masalah pelanggan, meningkatkan transparansi, dan mengoptimalkan waktu resolusi. Langkah-langkah ini diharapkan dapat meningkatkan efektivitas respon Netflix dalam memberikan pelayanan bantuan teknis, memberikan pengalaman pelanggan lebih baik, dan pada gilirannya, meningkatkan perolehan skor pada dimensi *customer service*.
2. *E-satisfaction* berperan sebagai mediator yang kuat antara *e-service quality* dan E-WOM, sehingga perlu dilakukan penguatan *e-satisfaction* sebagai mediator utama, sehingga peningkatan *e-satisfaction* menjadi fokus Netflix dalam

mendorong E-WOM. Rekomendasi ini menunjukkan pentingnya mengelola persepsi positif terhadap layanan sebagai kunci untuk memengaruhi koneksi antara *e-service quality* dan E-WOM. Netflix dapat melanjutkan dengan mengidentifikasi elemen kritis dalam pengalaman pengguna secara signifikan memengaruhi tingkat *e-satisfaction*. Hal ini termasuk mempertimbangkan aspek desain, kemudahan penggunaan, dan kemampuan layanan untuk memenuhi harapan pengguna secara menyeluruh. Dengan memahami ini secara lebih mendalam, sehingga dapat menyesuaikan strategi untuk meningkatkan kualitas layanan dan pada gilirannya memengaruhi dampaknya terhadap berbagi informasi pengguna.

3. Temuan dari penelitian memperkuat urgensi peningkatan *e-service quality* untuk meningkatkan *e-satisfaction*. Netflix dapat mendalami aspek-aspek spesifik dari layanan, termasuk efisiensi, responsivitas, dan pengalaman pengguna yang menyeluruh. Fokus pada perbaikan fitur-fitur yang mungkin tidak sesuai dengan harapan atau mendapatkan umpan balik negatif dari pengguna dapat memberikan arahan spesifik dalam memperbaiki ESQ. Peningkatan ini harus diarahkan pada aspek-aspek yang secara signifikan memengaruhi pengalaman pengguna sehari-hari di *platform* Netflix.
4. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan *e-satisfaction* berpengaruh terhadap E-WOM, rekomendasi pada titik ini menyoroti pentingnya memahami perilaku berbagi informasi di antara pengguna. Netflix dapat mengeksplorasi strategi untuk menginsentifkan pengguna secara lebih aktif berbagi pengalaman positif mereka. Hal ini bisa dilakukan dengan memperkuat fitur pengguna seperti ulasan, rekomendasi, atau sistem reward untuk pengguna dalam berbagi konten atau merekomendasikan layanan kepada orang lain. Memastikan pengalaman pengguna dapat memuaskan sehingga mampu menjadi kunci dalam merangsang perilaku berbagi secara aktif.
5. Secara teoritis tidak ada bukti statistik untuk mengonfirmasi hubungan langsung antara *e-service quality* dan E-WOM, sehingga perlu penelitian lebih lanjut mengenai koneksi *e-service quality* dan E-WOM: Rekomendasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang korelasi praktis antara *e-service*

quality dan E-WOM menyoroti kebutuhan akan pemahaman yang lebih dalam. Netflix dapat melanjutkan penelitian lebih lanjut untuk mengeksplorasi koneksi yang mungkin kurang jelas dalam pengalaman pengguna. Fokus pada analisis data lebih rinci atau penggunaan metode penelitian lebih mendalam diperlukan untuk mengungkap keterkaitan yang lebih substansial antara kedua faktor ini.