

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **1.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap pengguna layanan *streaming video on demand* mengenai *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived price* terhadap *intention to use* layanan *streaming video on demand* Netflix dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi responden mengenai *perceived usefulness* pada layanan Netflix berada pada kategori tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat kebergunaan layanan Netflix sudah tinggi bagi responden. Ini dikarenakan layanan Netflix memudahkan pengguna ketika ingin menonton film/series serta mengefektivaskan akses ketika menonton film. Ini juga membuktikan bahwa layanan Netflix meningkatkan kinerja responden dalam menonton film/series sebagai hiburan khususnya setelah pandemi pada awal tahun 2020.
2. Persepsi responden mengenai *perceived ease of use* pada layanan Netflix berada pada tingkat yang tinggi. Hal ini dapat dikatakan bahwa pengguna Netflix di Kota Bandung memiliki tingkat penerimaan suatu sistem yang tinggi. Artinya responden merasa mudah saat menggunakan layanan Netflix sebagai hiburan di kala waktu luang.
3. Persepsi responden mengenai *perceived price* pada layanan Netflix berada pada kategori tinggi. Hal ini dapat dikatakan bahwa responden merasa harga berlangganan Netflix sesuai dengan manfaat dan kualitasnya. Hal ini dikarenakan jumlah konten Netflix yang sangat beragam dan layanan Netflix juga menawarkan banyak paket langganan dengan harga yang bervariasi sesuai kebutuhan pengguna.
4. Gambaran *intention to use* terhadap layanan Netflix berada pada tingkat yang tinggi. Hal ini dapat dikatakan bahwa tingkat ketertarikan responden untuk

berlangganan/menggunakan layanan Netflix tinggi. Ini didukung oleh pernyataan responden yang menyatakan bahwa responden tertarik untuk berlangganan dan mencoba menggunakan layanan Netflix karena merupakan layanan yang mudah digunakan dan menyediakan berbagai macam konten film/series yang menarik. Mayoritas responden bersedia berlangganan Netflix di kemudian hari

5. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan analisis korelasi dan analisis regresi linear berganda. Pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived price* terhadap *intention to use* layanan *streaming video on demand* Netflix memiliki tingkat hubungan yang kuat. Maka dapat disimpulkan tingkat hubungan antara *Perceived Usefulness* ( $X_1$ ), *Perceived Ease of Use* ( $X_2$ ), dan *Perceived Price* ( $X_3$ ) terhadap *Intention to Use* ( $Y$ ) secara parsial dan simultan memiliki hubungan/ korelasi yang positif dan signifikan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian mengenai *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived price* terhadap *intention to use* layanan *streaming video on demand* Netflix, maka dapat diajukan beberapa saran yang dapat dijadikan solusi dari berbagai permasalahan sehingga menjadi bahan pertimbangan layanan *streaming video on demand* Netflix maupun penelitian selanjutnya dalam mengambil kebijakan.

1. Dari hasil penelitian menyatakan bahwa indikator *Work More Quickly* memiliki skor terendah pada *Perceived Usefulness*. Oleh karena itu, Netflix perlu meningkatkan tingkat keefektifan layanan dalam membantu pengguna menggunakan layanan *video on demand* Netflix sehingga pengguna tertarik untuk menggunakan layanan Netflix sebagai layanan *video on demand* yang

dipilih untuk menonton film/series yang diinginkan serta menambah konten-konten film yang bisa tayang di wilayah negara Indonesia.

2. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa indikator *Effortless* memiliki skor terendah pada *Perceived Ease of Use*. Oleh karena itu, Netflix meningkatkan fitur aplikasi sehingga pengguna merasa lebih mudah dan tidak perlu menggunakan usaha yang lebih lagi saat menggunakan layanan dan menambah pilihan pembayaran sehingga pengguna lebih mudah untuk membayar langganan setiap bulannya.
3. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa indikator kesesuaian harga dengan manfaat pada *Perceived Price*. Oleh karena itu, Netflix perlu menyesuaikan harga berlangganan dengan manfaat layanan Netflix yaitu sebagai layanan hiburan pengguna dan sediakan opsi kualitas streaming, sehingga tidak otomatis sesuai kecepatan internetnya.
4. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa indikator keinginan untuk menggunakan pada *Intention to Use*. Oleh karena itu, Netflix perlu menambah perluasan geografis yang dilakukan oleh Netflix dengan menambah fitur audio dan *subtitle* berbagai bahasa di dunia serta menambah konten-konten film/series yang lebih menarik lagi dengan produksi sendiri.
5. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan untuk melakukan penelitian mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi *Intention to Use* yang tidak diteliti oleh peneliti. Faktor-faktor lain yang dapat diteliti untuk penelitian selanjutnya seperti *content richness*, *attitude toward use*, *social media ads* dan lainnya. Hal tersebut dilakukan agar memperoleh gambaran yang lebih jelas dan komprehensi mengenai *Intention to Use* pada pengguna layanan *streaming video on demand* Netflix.