

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Terdapat empat variabel pada penelitian ini yang terdiri dari *content richness*, *perceived value*, dan *social influence* sebagai variabel independen serta minat berlangganan sebagai variabel dependen. Penelitian ini memakai data primer yang didapat melalui penyebaran kuesioner secara online dan ditujukan kepada para pengguna aplikasi Vidio. Penelitian ini memperoleh data sampel sebanyak 140 orang dan dilakukan olah data dengan menggunakan IBM SPSS versi 25. Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, sehingga penelitian ini mengambil kesimpulan:

1. *Content richness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berlangganan pada pengguna aplikasi Vidio. Hal ini menandakan bahwa kekayaan konten yang disediakan seperti beragamnya channel televisi baik lokal maupun internasional, beragamnya film atau drama, serta beragamnya *update* konten baru dapat meningkatkan minat pengguna untuk melakukan pembelian berlangganan fitur berbayar aplikasi Vidio.
2. *Perceived value* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berlangganan pada pengguna aplikasi Vidio. Hal ini menandakan bahwa *perceived value* menjadi faktor yang dapat diperhitungkan untuk

menumbuhkan minat beli pengguna. Dengan adanya manfaat dan keuntungan yang diterima sebanding dengan apa yang dikorbankan pengguna, maka hal itu dapat menumbuhkan minat pengguna tersebut untuk melakukan pembelian berlangganan fitur berbayar pada aplikasi Vidio.

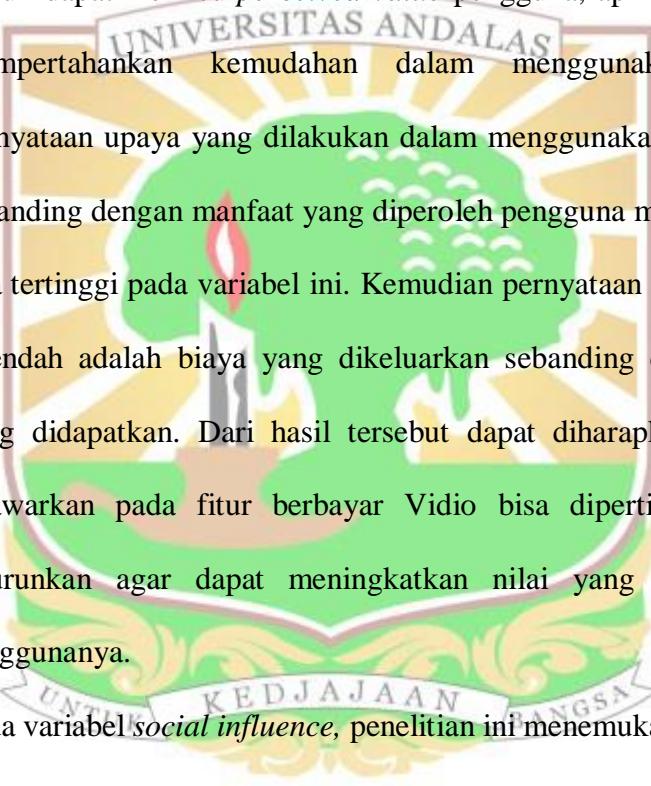
3. *Social influence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berlangganan pada pengguna aplikasi Vidio. Hal ini menandakan bahwa lingkup sosial pengguna seperti keluarga, teman, organisasi, serta lingkungan sekitar hingga lingkungan media sosialnya dapat mempengaruhi minat pengguna tersebut untuk melakukan pembelian berlangganan fitur berbayar pada aplikasi Vidio.

5.2 Implikasi Penelitian

Terdapat beberapa temuan implikasi pada penelitian ini yang dapat digunakan untuk membantu pihak-pihak terkait dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat berlangganan seseorang terutama pada pengguna aplikasi Vidio. Berikut adalah beberapa temuan implikasi penting bagi aplikasi Vidio

1. Penelitian ini menemukan hasil pada variabel *content richness* bahwa pengguna rata-rata setuju dengan keberagaman *channel* televisi, konten film dan drama yang disediakan. Untuk itu yang keberagaman *channel* televisi serta konten film dan drama hendaknya dapat dipertahankan atau diperbanyak pada aplikasi Vidio. Kemudian pada pernyataan

aplikasi Vidio menyediakan konten baru (*up-to-date*) yang beragam memiliki rata-rata terendah. Dengan demikian aplikasi Vidio dapat diharapkan lebih memperhatikan penyediaan konten-konten terbaru yang ditunggu oleh penggunanya. Dengan begitu, ketika konten yang pengguna tunggu tersebut tersedia, maka akan membuatnya melakukan pembelian berlangganan.



2. Untuk dapat memicu *perceived value* pengguna, aplikasi Vidio dapat mempertahankan kemudahan dalam menggunakannya karena pernyataan upaya yang dilakukan dalam menggunakan aplikasi Vidio sebanding dengan manfaat yang diperoleh pengguna memperoleh rata-rata tertinggi pada variabel ini. Kemudian pernyataan dengan rata-rata terendah adalah biaya yang dikeluarkan sebanding dengan manfaat yang didapatkan. Dari hasil tersebut dapat diharapkan harga yang ditawarkan pada fitur berbayar Vidio bisa dipertimbangkan atau diturunkan agar dapat meningkatkan nilai yang dirasakan oleh penggunanya.
3. Pada variabel *social influence*, penelitian ini menemukan fitur berbayar aplikasi Vidio membuat pengguna terhubung dengan orang-orang yang memiliki selera tontonan yang sama. Oleh karena itu aplikasi Vidio dapat mempertahankan fitur kolom komentar disetiap kontennya sehingga dapat dijadikan tempat diskusi bagi para penggunanya dan menimbulkan pengaruh agar pengguna tersebut melakukan pembelian berlangganan. Kemudian pada pernyataan menggunakan aplikasi Vidio

dapat meningkatkan citra pengguna di lingkungan sosial memiliki nilai dengan rata-rata terendah. Untuk itu, aplikasi Vidio diharapkan dapat melakukan upaya untuk menjadi aplikasi yang diperhitungkan sehingga pengguna dapat merasa lebih baik di lingkungan sosialnya ketika menggunakan aplikasi Vidio.

4. Penelitian ini menemukan bahwa variabel minat berlangganan pada pernyataan berencana untuk berlangganan fitur berbayar aplikasi Vidio dikemudian hari memiliki rata-rata tertinggi. ini berarti aplikasi Vidio telah dijadikan opsi bagi penggunanya untuk melakukan pembelian berlangganan. Tetapi pada pernyataan jika ingin berlangganan pada aplikasi berbasis *streaming* film dan memilih aplikasi Vidio menjadi pernyataan dengan rata-rata terendah. Ini menandakan bahwa melakukan berlangganan pada aplikasi Vidio belum menjadi prioritas penggunanya dibandingkan berlangganan pada aplikasi sejenis. Oleh karena itu aplikasi Vidio diharapkan lebih gencar melakukan promosi dan memviralkan konten-konten berbayarnya agar pengguna lebih tertarik berlangganan pada aplikasi tersebut.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti sadar bahwa penelitian ini belum memperoleh hasil yang maksimal dan jauh dari kata sempurna. Terdapat beberapa keterbatasan yang peneliti hadapi agar dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk penelitian di masa datang yaitu:

1. Penelitian ini dilakukan masih terbatas pada individu yang dengan domisili di Kota Padang dan hanya menggunakan sampel sebanyak 140 orang, sedangkan pengguna aplikasi Vidio tersebar di seluruh daerah di Indonesia. Sehingga penelitian ini dapat dikatakan hanya mampu mewakili sebagian kecil dari populasi penggunanya.
2. Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif sehingga dapat dikatakan data dan hasil yang diperoleh masih terbatas.
3. Penelitian ini hanya memilih tiga variabel independen *content richness*, *perceived value* dan *social influence*, serta satu variabel dependen minat berlangganan. Sehingga penelitian ini masih terbatas pada variabel-variabel tersebut. Peneliti menyadari masih terdapat sejumlah faktor lain yang mampu mempengaruhi minat beli pengguna.

5.4 Saran Penelitian

Mengingat pada kesimpulan, implikasi dan keterbatasan penelitian ini, berikut adalah beberapa saran yang bisa peneliti sampaikan yang dapat dipertimbangkan dalam melakukan penelitian akan datang:

1. Untuk melakukan penelitian yang lebih baik, disarankan penelitian menggunakan sampel yang lebih besar dan lebih representatif.
2. Penelitian berikutnya diharapkan dapat memakai metode penelitian lain seperti metode kualitatif agar dapat memperoleh data yang lebih akurat.
3. Penelitian berikutnya diharapkan menggunakan aspek-aspek atau variabel lain yang belum dibahas pada penelitian ini yang mampu mempengaruhi minat beli atau perilaku konsumen.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan melakukan pengujian pada aplikasi serupa atau objek lainnya dari penelitian ini.

