

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelanggan layanan *Video on Demand* (VoD) Netflix menyadari munculnya kebutuhan terhadap Netflix pada saat pandemi Covid-19 yang berlangsung setahun belakangan ini yang membuat masyarakat cenderung merasa bosan selama di rumah saja dan mencari hiburan yang dapat diakses selama dirumah saja.
2. Pelanggan layanan *Video on Demand* (VoD) Netflix mengetahui layanan *Video on Demand* (VoD) Netflix dari adanya pengaruh media sosial seperti Instagram, Tiktok, Youtube, dan juga rekomendasi dari keluarga maupun teman.
3. Perilaku pencarian informasi terkait layanan *Video on Demand* (VoD) Netflix sebelum melakukan pembelian yakni mencari informasi melalui website Netflix dan situs Google terkait cara penggunaan, cara berlangganan, cara melakukan pembayaran hingga membandingkan dengan produk sejenis untuk didapat produk terbaik sebelum akhirnya memutuskan melakukan pembelian.
4. Yang membuat keputusan pembelian layanan *Video on Demand* (VoD) Netflix adalah diri mereka sendiri, namun dipengaruhi oleh beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

5. Alternatif lain yang dipertimbangkan sebelum membeli layanan *Video on Demand* (VoD) Netflix adalah dengan cara membandingkan produk sejenis, kemudian dicari kekurangan serta kelebihan, baik itu dari segi harga, kualitas, fitur, hingga kesesuaian konten yang disediakan untuk konsumen.
6. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian layanan *Video on Demand* (VoD) Netflix yang dalam penelitian ini terdiri faktor internal seperti: hobi, selera dan rasa suka. Sedangkan faktor eksternal meliputi: budaya, gaya hidup, teman, keluarga, produk, harga, ketersediaan produk, kualitas produk dan kualitas layanan.
7. Pelanggan menggunakan layanan *Video on Demand* (VoD) Netflix dengan cara membeli di website Netflix maupun *e-commerce*, lalu menggunakannya melalui *smartphone*, TV dan juga laptop.
8. Pengalaman yang dirasakan pelanggan setelah menggunakan layanan *Video on Demand* (VoD) Netflix adalah senang, puas dan merasa terbantu khususnya selama pandemi Covid-19 ini karena menghadirkan konten-konten yang bervariasi dan sesuai dengan keinginan pengguna, serta dilengkapi oleh fitur-fitur yang lengkap.
9. Kepuasan pelanggan layanan *Video on Demand* (VoD) Netflix bersifat positif, terjadi kepuasan pelanggan layanan *Video on Demand* (VoD) Netflix.
10. Loyalitas pelanggan layanan *Video on Demand* (VoD) Netflix bersifat positif, terjadi loyalitas pelanggan layanan *Video on Demand* (VoD) Netflix.

B. Saran

1. Bagi perusahaan layanan *Video on Demand* (VoD) Netflix hendaknya memperhatikan faktor internal yang memengaruhi seorang konsumen dalam keputusan pembelian

layanan *Video on Demand* (VoD) Netflix seperti: hobi, selera dan rasa suka, serta faktor eksternal yang mempengaruhi seorang konsumen dalam keputusan pembelian layanan *Video on Demand* (VoD) Netflix yaitu: budaya, gaya hidup, teman, keluarga, produk, harga, ketersediaan produk, kualitas produk dan kualitas layanan agar jumlah pengguna pembelian layanan *Video on Demand* (VoD) Netflix dapat terus bertambah di masa yang akan datang.

2. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya meneliti lebih lanjut terkait sumber informasi yang paling berpengaruh bagi pelanggan layanan *Video on Demand* (VoD) Netflix, serta mencari tahu lebih lanjut terkait faktor-faktor internal dan juga eksternal yang tidak terungkap dalam penelitian ini, seperti: usia, pendidikan, pekerjaan, pengalaman masa lalu, kekayaan, sifat/kepribadian dan simpati, status sosial dan juga promosi.