



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN



#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang berasal dari data analisis dan hipotesis yang telah dijelaskan terkait dengan “Dampak Kepercayaan, *Perceptual Blocking*, Keamanan dan Kemudahan konsumen terhadap niat untuk melanjutkan aplikasi streaming Viu di Jakarta”, maka kesimpulan yang didapat adalah:

1. Kepercayaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang aplikasi Viu. Artinya, semakin percaya konsumen pada sebuah aplikasi dalam menonton film, maka akan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk melanjutkan berlangganan aplikasi Viu.
2. *Perceptual blocking* terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli Ulang aplikasi Viu. Artinya, *Perceptual blocking* tidak berpengaruh terhadap konsumen pada saat menonton sebuah film.
3. Keamanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang aplikasi Viu. Artinya, semakin aman konsumen pada sebuah aplikasi dalam menonton sebuah film, maka akan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk melanjutkan berlangganan aplikasi Viu.
4. Kemudahan terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli Ulang aplikasi Viu. Artinya, keamanan tidak berpengaruh terhadap konsumen pada saat menonton sebuah film.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, sebaiknya perusahaan harus mempertimbangkan kebutuhan apa yang diinginkan konsumen dalam menonton sebuah film.
2. Maka sebaiknya perusahaan lebih ditingkatkan lebih baik lagi kepercayaan dan keamanan kepada konsumen dalam menggunakan aplikasi Viu.
3. Saran yang dapat diberikan kepada peneliti selanjutnya adalah dapat memilih perspektif yang berbeda dari penelitian yang telah dilakukan, seperti menggunakan variabel lain seperti, persepsi harga dan citra merek untuk mengeksplorasi kemungkinan variabel lain yang dapat mempengaruhi niat beli ulang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.