

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji statistik dan pembahasan hasil penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh kualitas layanan elektronik, pengalaman pengguna, dan harga terhadap minat beli ulang pada akun Netflix *sharing* di *Business Account* (BA) platform X, peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Layanan Elektronik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada akun Netflix *sharing* di *Business Account* (BA) platform X, berdasarkan hal tersebut hipotesis pertama yang dirumuskan peneliti dapat diterima.
2. Variabel Pengalaman Pengguna berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada akun Netflix *sharing* di *Business Account* (BA) platform X, berdasarkan hal tersebut hipotesis kedua yang dirumuskan peneliti dapat diterima.
3. Variabel Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada akun Netflix *sharing* di *Business Account* (BA) platform X, berdasarkan hal tersebut hipotesis ketiga yang dirumuskan peneliti dapat diterima.
4. Variabel Kualitas Layanan Elektronik, Pengalaman Pengguna, dan Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada akun Netflix *sharing* di *Business Account* (BA) platform X, berdasarkan hal tersebut hipotesis keempat yang dirumuskan peneliti dapat diterima.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan temuan pada penelitian ini dan Kesimpulan di atas, peneliti memberikan beberapa saran, antara lain:

1. Para *seller Business Account* (BA) diharapkan agar menyediakan panduan penggunaan atau solusi atas kendala akun dalam bentuk pesan otomatis, agar konsumen terlebih dulu mengatasi kendala tanpa harus menunggu respons langsung dari *seller*. *Seller* BA juga diharapkan untuk menampung keluhan konsumen atas kualitas layanan dengan fitur *feedback* setelah pemakaian akun Netflix *sharing*.
2. Para *seller Business Account* (BA) turut melakukan *polling* melalui akunnya untuk mengetahui kendala apa yang sering dialami oleh konsumen. Selain itu, para *seller Business Account* (BA) harus transparansi dalam penggunaan dan pembagian akun, misalnya dengan jadwal penggunaan konsumen-konsumennya, agar konsumen tidak mengalami kendala seperti *screen limit* yang dapat mengganggu aktivitas menonton konsumen.
3. Para *seller Business Account* (BA) disarankan untuk memberi fitur *loyalty card* atau sistem stamp kepada konsumen dengan TNC tertentu. Melalui program ini, konsumen yang melakukan pembelian ulang dapat menikmati promo dan diskon harga.
4. Untuk konsumen, disarankan untuk tidak bergantung pada opsi ilegal dan lebih mempertimbangkan berlangganan resmi jika kondisi memungkinkan, guna menghindari resiko dan kerugian yang akan terjadi kedepannya.
5. Untuk peneliti selanjutnya, dimana hasil penelitian ini menunjukkan masih terdapat pengaruh dari faktor lainnya di luar model penelitian. Maka, diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas variabel yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang lebih lengkap mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang. Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan variabel Kepercayaan dan *Perceived Risk* terhadap Minat Beli Ulang.