

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya dalam penelitian ini mengenai Pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Netflix Di Jakarta Selatan maka didapatkan kesimpulan seperti berikut ini:

1. Berdasarkan dari hasil penelitian dan hasil uji menunjukkan bahwa *Electronic Word Of Mouth* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Layanan Netflix di Jakarta Selatan. Dengan kata lain, semakin meningkatnya *Electronic Word Of Mouth* maka keputusan pembelian akan semakin meningkat.
2. Berdasarkan dari hasil penelitian dan hasil uji menunjukkan bahwa Persepsi Harga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Layanan Netflix di Jakarta Selatan. Dengan kata lain, semakin meningkatnya Persepsi Harga maka keputusan pembelian akan semakin meningkat.
3. Berdasarkan dari hasil penelitian dan hasil uji menunjukkan bahwa Citra Merek memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Layanan Netflix di Jakarta Selatan. Dengan kata lain, semakin meningkatnya Citra Merek maka keputusan pembelian akan semakin meningkat.

B. Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilaksanakan dan kesimpulan diatas, selanjutnya peneliti berusaha memberikan beberapa saran yang mungkin bermanfaat bagi Netflix serta peneliti di masa depan. Beberapa saran tersebut meliputi:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini pada *Electronic Word Of Mouth* yang sudah dilakukan Netflix sudah terlihat baik dan harus dipertahankan. Namun pada indikator pendapat konsumen memiliki nilai mean yang rendah, oleh karena itu Netflix harus fokus pada pemanfaatan sosial

media untuk meningkatkan pendapat konsumen yang positif pada *electronic word of mouth* sehingga dapat meningkatkan Keputusan Pembelian.

2. Berdasarkan hasil penelitian ini pada Persepsi Harga yang sudah dilakukan Netflix sudah terlihat baik dan harus dipertahankan. Namun pada indikator keterjangkauan harga memiliki nilai mean yang rendah, oleh karena itu Netflix harus fokus pada Keterjangkauan Harga yang diberikan sehingga dapat meningkatkan Keputusan Pembelian.
3. Berdasarkan hasil penelitian ini pada Citra Merek yang sudah dilakukan Netflix sudah terlihat baik dan harus dipertahankan. Namun pada indikator asosiasi merek memiliki nilai mean yang rendah, oleh karena itu Netflix harus fokus pada Asosiasi Merek sehingga dapat meningkatkan Keputusan Pembelian.

