

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis melalui tahapan proses pengumpulan data, pengolahan data dan analisis data tentang Pengaruh *Mobile Advertising*, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Langganan Netflix bagi Mahasiswa Manajemen FEB UNAS, maka penelitian ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut :

- 1) *Mobile Advertising* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli langganan Netflix bagi Mahasiswa Manajemen FEB UNAS. Didukung pada nilai indikator tertinggi yaitu “kepercayaan” yang dimiliki Netflix sangat berpengaruh terhadap minat beli. Artinya, jika *mobile advertising* meningkat, maka ketertarikan untuk membeli juga semakin meningkat.
- 2) Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli langganan Netflix bagi Mahasiswa Manajemen FEB UNAS. Dengan kata lain kualitas layanan, membuat Netflix menjadi pilihan konsumen dengan kualitas tampilan visualnya yang menarik perhatian, kemudahan untuk mengakses aplikasi, kepercayaan dalam melayani tanggapan konsumen dengan cepat, jaminan keamanan dalam penggunaan aplikasi dan empati dalam memenuhi kebutuhan konsumen untuk berminat melakukan pembelian langganan Netflix.
- 3) Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli langganan Netflix bagi Mahasiswa Manajemen FEB UNAS. Didukung pada nilai indikator tertinggi yaitu “Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk” yang dimana dalam berlangganan, Netflix memberikan kualitas yang sesuai dengan harga yang ditawarkan. Ini memungkinkan konsumen tertarik untuk melakukan pembelian berlangganan Netflix.

## B. Saran.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, maka dapat diajukan saran yaitu :

- 1) Berdasarkan dari hasil penelitian ini, pada variabel  $X_1$  *Mobile Advertising*, Netflix perlu meningkatkan promosi serta terus mempertahankan nama (merek) dari perusahaan itu sendiri dengan memaksimalkan strategi *mobile advertising* agar lebih intensif sehingga perusahaan bisa tetap eksis dan berkembang serta tetap menarik hati para konsumennya.
- 2) Berdasarkan dari hasil penelitian ini, pada variabel  $X_2$  Kualitas Layanan, dikarenakan perkembangan teknologi dan informasi semakin maju, dan juga sudah banyak perusahaan penyedia layanan streaming pengaliran media digital yang serupa dengan Netflix., sehingga diharapkan Netflix dapat mempertahankan kualitas layanan maupun kualitas produk yang baik sehingga dapat menjaga loyalitas para pelanggan.
- 3) Berdasarkan dari hasil penelitian ini, pada variabel  $X_3$  Persepsi Harga, mengenai harga berlangganan yang ditawarkan, maka harga yang terjangkau dengan kualitas yang baik dapat membuat konsumen semakin tertarik untuk melakukan pembelian di perusahaan ini, dan konsumen menjadikan pilihan pertamanya untuk berlangganan aplikasi *streaming online* yaitu Netflix.