

BAB V

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Simpulan

Dari perolehan penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, mengenai analisis pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi harga, variasi konten, dan pendapatan terhadap preferensi konsumen untuk menggunakan layanan *Video on Demand (VoD)*, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi harga, berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen untuk menggunakan layanan *Video on Demand (VoD)*;
2. Variabel variasi konten dan pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen untuk menggunakan layanan *Video on Demand (VoD)*;
3. Variabel persepsi kegunaan merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap preferensi konsumen untuk menggunakan layanan *Video on Demand (VoD)*.

B. Implikasi

Hasil penelitian empiris ini, dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi para penyedia layanan *Video on Demand (VoD)* untuk

mempertimbangkan bagaimana meningkatkan preferensi konsumen untuk menggunakan layanan *Video on Demand (VoD)*, sebagai berikut:

1. Melihat dari hasil penelitian, variabel variasi konten tidak berpengaruh signifikan. Oleh karena itu, para penyedia produk layanan *Video on Demand (VoD)* dapat memuat konten yang lebih beragam sekaligus edukatif bagi pengguna. Konten yang eksklusif dan sedang tren serta dalam waktu yang terbatas lebih disukai oleh pengguna karena pengguna merasakan personalisasi yang lebih tinggi dengan konten eksklusif tersebut;
2. Perusahaan penyedia layanan *Video on Demand (VoD)* dapat memperbanyak promo ataupun program coba gratis (*free trial*) selama periode tertentu untuk menggunakan aplikasi layanan *Video on Demand (VoD)* sehingga konsumen mengenal dan lebih tertarik untuk menggunakan layanan *Video on Demand (VoD)*;
3. Diperoleh dari jawaban responden, kemudahan dan kemanfaatan dalam menggunakan aplikasi layanan *Video on Demand (VoD)* menjadi alasan utama konsumen menggunakan layanan *VoD*. Penyedia layanan *VoD* dapat meningkatkan fitur personalisasi dan fasilitas layanan dari aplikasi agar konsumen terus bersedia berlangganan menggunakan layanan *Video on Demand (VoD)*.

C. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang terjadi selama penelitian ini meliputi:

1. Untuk penelitian yang akan datang disarankan menggunakan sampel yang lebih luas dan tidak terbatas pada lingkup mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman mengingat tidak semua orang juga mengenal layanan *Video on Demand (VoD)*;
2. Berkaitan dengan variabel independen yang digunakan, untuk selanjutnya dapat digunakan variabel lain yang diambil dari faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen sehingga lebih bisa menggambarkan pengaruh preferensi konsumen dalam menggunakan layanan *Video on Demand (VoD)*;
3. Selanjutnya dapat digunakan model analisis selain analisis regresi logistik yang dapat menggambarkan lebih akurat mengenai preferensi konsumen dalam menggunakan menggunakan layanan *Video on Demand (VoD)*;