

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang dilakukan mengenai Pengaruh *Electronic Service Quality* dan Pengalaman Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian Layanan *Video On Demand* Netflix Pada Pengguna Netflix di Wilayah Jakarta Timur, dapat di tarik kesimpulan:

1. Variabel *e-service quality* ( $X_1$ ) dan pengalaman pengguna ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian ( $Y$ ). Hasil pengaruh dibuktikan dengan  $F_{hitung} 65,919 > 3,09$   $F_{tabel}$  dengan besar pengaruh 0,576 atau sekitar 57,6%.
2. Variabel *e-service quality* ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Hasil pengaruh dibuktikan dengan nilai Sig  $0,000 < 0,05$  dengan besar pengaruh sebesar 51%.
3. Variabel Pengalaman Pengguna ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Hasil pengaruh dibuktikan dengan nilai Sig.  $0,000 < 0,05$  dengan besar pengaruh sebesar 50,4%.

#### 5.2 Saran

Atas dasar kesimpulan di atas, dapat diajukan saran-saran sebagai berikut:

Untuk Akademisi :

- a. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel-variabel bebas yang dominan selain *e-service quality* dan pengalaman pengguna.
- b. Dalam penelitian ini sampel hanya di sekitaran pengguna Netflix di Jakarta Timur dan ruang lingkupnya sangat terbatas maka dari itu di harapkan untuk menambah data dan sampel penelitian untuk hasil yang lebih baik.

Untuk Praktisi :

- a. Untuk Netflix Indonesia sebagai masukkan untuk tetap mempertahankan Kualitas Layanan agar lebih meningkatkan Keputusan Pembelian dari para pengguna Netflix baru.

