

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan analisis PLS untuk menguji Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Berlangganan Video On Demand Netflix di Kota Surabaya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Citra Merek memiliki kontribusi terhadap keputusan berlangganan Netflix di Kota Surabaya dengan variabel *favorability* memiliki nilai *factor loading* tertinggi, hal ini menunjukkan semakin tinggi citra suatu merek maka akan semakin tinggi juga keputusan berlangganan *video on demand* Netflix di Surabaya
2. Persepsi Harga memiliki kontribusi terhadap keputusan berlangganan Netflix di Kota Surabaya dengan variabel kesesuaian harga dengan kualitas memiliki nilai *factor loading* tertinggi, hal ini menunjukkan bahwa persepsi harga pelanggan yang positif akan menimbulkan tingginya keputusan berlangganan *video on demand* Netflix di Surabaya

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil dari penelitian dan kesimpulan, maka ada beberapa saran yang bisa penulis berikan untuk dijadikan bahan pertimbangan atau dapat untuk dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan, antara lain sebagai berikut :

1. Perusahaan Netflix diharapkan untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan citra baik perusahaan yang memiliki reputasi tinggi dan mudah diingat.
2. Perusahaan Netflix diharapkan untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan kesesuaian harga layanan dengan kualitasnya.
3. Bagi peneliti berikutnya, temuan ini bisa dijadikan sebagai referensi tambahan dalam melakukan penelitian berikutnya. Selain itu, diharapkan peneliti tersebut dapat menambahkan variabel lainnya yang belum diikutsertakan dalam penelitian ini.