

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berlandaskan pada hasil analisis serta tinjauan mendalam terkait “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Layanan YouTube Channel Membership (Studi pada penonton channel gaming Gogogoy)”, penelitian ini merangkum kesimpulan utama sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas layanan, harga, dan *electronic word of wouth* secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan layanan YouTube Channel Membership secara positif dan signifikan dengan nilai F hitung 78,592 dan signifikansi $0,000 < 0,05$.
2. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan layanan YouTube Channel Membership. Hal ini ditunjukkan pada nilai t hitung lebih besar daripada t tabel dengan nilai t hitung 2,514 dan signifikansi $0,013 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Artinya, pemirsa cenderung tidak ragu untuk membayar biaya keanggotaan asalkan mendapatkan layanan yang berkualitas tinggi dari pemilik channel.
3. Hasil pengujian parsial pada variabel harga juga menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan layanan YouTube Channel Membership Gogogoy. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel dengan nilai t hitung 4,116 dan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima. Kondisi

ini menggambarkan bahwa penonton cenderung bersedia membayar layanan membership asalkan tarif yang ditetapkan wajar dan kompetitif.

4. Hasil pengujian parsial terhadap variabel *Electronic Word of Mouth* menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian pelanggan layanan YouTube Channel Membership Gogogoy. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung yang lebih besar daripada t tabel dengan nilai t hitung 7,609 dan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_4 diterima. Hal ini menandakan bahwa ulasan, rekomendasi, serta pengalaman pengguna lain yang disampaikan melalui media digital mampu memengaruhi persepsi penonton dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian membership.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan, harga, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian layanan YouTube Channel Membership pada penonton channel gaming Gogogoy, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, diharapkan dapat berkontribusi secara positif serta digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pada layanan digital, khususnya pada platform YouTube. Di samping itu, penelitian ini dapat memberikan bantuan dalam memperdalam pemahaman mengenai perilaku konsumen digital terkait kualitas layanan, harga, dan *Electronic Word of Mouth*.
2. Bagi Penelitian Selanjutnya dikembangkan melalui penambahan variabel lain yang diperkirakan turut berpengaruh terhadap keputusan pembelian, seperti

kepercayaan pelanggan, kualitas konten, loyalitas pelanggan, atau brand image. Pengembangan penelitian dapat dilakukan dengan memperluas objek ke berbagai channel YouTube atau platform digital lain untuk mendapatkan gambaran perilaku konsumen yang lebih menyeluruh.

3. Bagi Mahasiswa Administrasi Bisnis, hasil studi ini diproyeksikan menjadi referensi bermanfaat bagi mahasiswa Administrasi Bisnis dalam mendalami implementasi konsep pemasaran digital secara nyata. Fokus utamanya terletak pada bagaimana strategi harga, kualitas layanan, serta peran E-WOM berinteraksi dalam membentuk keputusan pembelian. Di samping itu, studi ini diharapkan dapat memotivasi mahasiswa untuk mengembangkan penelitian lanjutan yang lebih mendalam mengenai dinamika taktik pemasaran di berbagai platform digital