

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul tentang Pengaruh *Social Media Marketing* dan *E-Lifestyle* Terhadap Loyalitas Pelanggan Layanan *Streaming Video On Demand* Berbayar Dengan *Perceived Behavioral Control* sebagai Variabel Mediasi, sehingga dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Social Media Marketing* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Layanan *Streaming Video On Demand* Berbayar. Dengan demikian hipotesis pertama ditolak
2. *E-Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Layanan *Streaming Video On Demand* Berbayar. Dengan demikian hipotesis kedua diterima
3. *Social Media Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Behavioral Control* Aplikasi Layanan *Streaming Video On Demand* Berbayar. Dengan demikian hipotesis ketiga diterima
4. *E-Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Behavioral Control* Aplikasi Layanan *Streaming Video On Demand* Berbayar. Dengan demikian hipotesis keempat diterima.

5. *Perceived Behavioral Control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Layanan *Streaming Video On Demand* Berbayar. Dengan demikian hipotesis kelima diterima.
6. *Perceived behavioral control* dapat memediasi hubungan antara *Social Media Marketing* dengan Loyalitas Pelanggan Aplikasi Layanan *Streaming Video On Demand* Berbayar. Dengan demikian hipotesis keenam diterima.
7. *Perceived behavioral control* dapat memediasi hubungan antara *E-Lifestyle* dengan Loyalitas Pelanggan Aplikasi Layanan *Streaming Video On Demand* Berbayar. Dengan demikian hipotesis ketujuh diterima.

## 5.2 Saran

Berlandaskan pada hasil penelitian, pembahasan, dan simpulan yang sudah dijabarkan diatas maka bisa diberikan sejumlah saran sebagai berikut :

### 1. Bagi Perusahaan

- 1) Perusahaan aplikasi layanan *streaming video on demand* berbayar lebih meningkatkan lagi pemasaran melalui media sosial seperti : Instagram, Tiktok, Twitter, Facebook, dst dengan mengunggah konten promosi yang menarik dan sesuai dengan preferensi pelanggan dan dapat langsung membuat pelanggan berlangganan pada platform tersebut.
- 2) Disarankan bagi perusahaan aplikasi layanan *streaming video on demand* berbayar agar memastikan layanan *streaming* memiliki

kualitas terbaik, termasuk resolusi tinggi dan waktu buffering minimal, untuk memberikan pengalaman pengguna yang optimal.

- 3) Bagi calon peneliti berikutnya diharapkan dapat melaksanakan perluasan penelitian yaitu dengan memakai objek penelitian lain selain aplikasi layanan *streaming video on demand* berbayar, serta dapat memperbanyak variabel bebas lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Dari temuan, pembahasan, dan simpulan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, sejumlah keterbatasan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi, seperti berikut:

1. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner, sehingga ada potensi bias dalam data. Oleh karena itu, disarankan untuk melengkapi dengan metode tanya jawab guna meningkatkan kesempurnaan hasil penelitian.
2. Fokus penelitian hanya pada dua faktor, yaitu *social media marketing* dan *e-lifestyle*, dalam memahami aspek-aspek yang mempengaruhi variabel loyaalitas pelanggan dan *perceived behavioral control*.