

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil analisis menunjukkan bahwa semua variabel yang diteliti, yaitu Promosi (X1), Kualitas Layanan (X2), dan Keputusan Pembelian Ulang (Y), memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang sangat baik. Pengujian yang dilakukan mengungkapkan bahwa seluruh item dalam variabel X1, X2, dan Y memiliki nilai r hitung di atas 0,3, sehingga dapat dinyatakan valid untuk digunakan dalam pengumpulan data responden. Selain itu, uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* menunjukkan bahwa nilai untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,70, yang menandakan bahwa instrumen yang digunakan dapat dipercaya. Dalam analisis regresi linier berganda, terlihat bahwa variabel Promosi (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap Kualitas Layanan (X2) dan Keputusan Pembelian Ulang (Y), dengan nilai koefisien yang menunjukkan beta positif. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan dalam promosi dapat berkontribusi pada keputusan pembelian ulang. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa Promosi dan Kualitas Layanan memainkan peran kunci dalam mempengaruhi perilaku pembelian ulang konsumen. Temuan ini sangat berguna bagi pihak-pihak terkait dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif serta memberikan wawasan berharga untuk riset selanjutnya di bidang pemasaran dan perilaku konsumen.

5.2 Saran

Saran Berdasarkan hasil penelitian diatas, peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan, menggunakan promosi dan kualitas layanan sebagai strategi untuk menarik konsumen yang benar-benar berpotensi membeli

sangatlah penting. Dengan memberikan tambahan promosi seperti potongan harga atau diskon, perusahaan dapat menambah minat beli dan meningkatkan kemungkinan konsumen melakukan pembelian secara berulang.

2. Bagi penelitian, mengenai pengaruh promosi dan kualitas layanan terhadap pembelian ulang, sebaiknya ditambahkan variabel penelitian lain seperti kepercayaan pada produk. Hal ini bertujuan untuk mengeksplorasi apakah ada hubungan yang signifikan antara produk atau kepercayaan pengguna dengan pengalaman mereka menggunakan Netflix. Para influencer yang melakukan ulasan film dengan cara yang menarik di media sosial bertujuan untuk menarik minat pengguna terhadap berbagai film yang tersedia di Netflix.

