

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara intensitas keterlibatan positif pada *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix, daya tarik positif *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix, dan valensi positif *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix dengan minat berlangganan Netflix, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan antara intensitas keterlibatan pada *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix dengan minat berlangganan Netflix, didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti sangat signifikan serta koefisien korelasi sebesar 0,690 yang berarti keduanya memiliki tingkat keeratan hubungan yang kuat. Oleh karena itu, hipotesis pertama, yaitu terdapat hubungan antara intensitas keterlibatan pada *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix dengan minat berlangganan Netflix **diterima**. Selain itu, nilai koefisien korelasi yang positif menunjukkan hubungan yang searah antara keduanya.
2. Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan antara daya tarik *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix dengan minat berlangganan Netflix, didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti sangat signifikan serta koefisien korelasi sebesar 0,685 yang

berarti keduanya memiliki tingkat keeratan hubungan yang kuat. Oleh karena itu, hipotesis kedua, yaitu terdapat hubungan antara daya tarik *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix dengan minat berlangganan Netflix **diterima**. Selain itu, nilai koefisien korelasi yang positif menunjukkan hubungan yang searah antara keduanya. Sehingga, dapat diartikan bahwa *electronic word of mouth* benar menjadi salah satu sumber informasi seseorang yang mana setiap naiknya daya tarik *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix, maka minat berlangganan Netflix pun ikut naik.

3. Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan antara valensi positif *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix dengan minat berlangganan Netflix didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti sangat signifikan serta koefisien korelasi sebesar 0,601 yang berarti keduanya memiliki tingkat keeratan hubungan yang kuat. Oleh karena itu, hipotesis ketiga, yaitu terdapat hubungan antara valensi positif *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix dengan minat berlangganan Netflix **diterima**. Selain itu, nilai koefisien korelasi yang positif menunjukkan hubungan yang searah antara keduanya. Sehingga, dapat diartikan bahwa *electronic word of mouth* benar menjadi salah satu sumber informasi seseorang yang mana semakin tinggi valensi positif *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix, maka minat berlangganan Netflix pun semakin tinggi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang peneliti ajukan, yakni:

1. The Swoon Netflix dapat mempertahankan serta mengoptimalkan interaksi dengan *followersnya* karena terdapat hubungan yang kuat antara intensitas keterlibatan, daya tarik, dan valensi positif pada *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix dengan minat berlangganan Netflix.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melanjutkan topik yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu mengenai *electronic word of mouth* dan The Swoon pada media sosial lainnya. Hal ini dikarenakan The Swoon memiliki media sosial lain selain instagram, contohnya adalah youtube.
3. Dimensi maupun bagian lainnya dari *electronic word of mouth* diharapkan dapat diuji bagi penelitian selanjutnya. Hal ini dikarenakan terdapat dimensi lain dari *electronic word of mouth* yang tidak diujikan pada penelitian yang telah dilakukan.