

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 KESIMPULAN**

##### **6.1.1 Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan yaitu :

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor sikap yang mempengaruhi konsumen menonton HOOQ mulai dari sering melihat HOOQ, banyak kesenangan yang didapat, banyak hal yang menarik di HOOQ, kemudian faktor norma subjektif juga mempengaruhi minat menonton HOOQ, mulai dari mengetahui HOOQ dari teman-teman ataupun keluarga, teman-teman dan keluarga banyak membahas HOOQ serta simbol Hooq menarik perhatian konsumen. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel sikap dan norma subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap minat menonton HOOQ.

##### **6.1.2 Rekomendasi**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya, terdapat 2 faktor yang mempengaruhi dalam menonton HOOQ yaitu Sikap dan Norma Subjektif. Maka dari itu pihak HOOQ harus mampu mempertahankan kedua faktor tersebut. Dengan kata lain, pihak HOOQ harus mampu mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas dari HOOQ itu sendiri agar dapat tetap diterima sebagai sebuah inovasi teknologi yang membantu konsumen dalam melakukan streaming film.

## 6.2 SARAN

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan. Maka dari itu, untuk penelitian serupa selanjutnya peneliti memberikan beberapa saran berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel – variabel lain seperti variabel Perilaku, Kepercayaan, dan Kepuasan selain variabel – variabel yang telah di uji pada penelitian ini.
2. Peneliti menyarankan agar penelitian yang akan datang memperluas ruang lingkup penelitian, tidak hanya pengguna HOOQ di Kota Jambi namun juga di berbagai daerah lainnya.