

## BAB V

### PENUTUP

#### 1.1 Kesimpulan

Berlandaskan dari hasil data penelitian yang telah diperoleh beserta pembahasan yang telah dipaparkan, peneliti mampu menyimpulkan jika hasil dari penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Berlandaskan dari hasil uji hipotesis mampu diketahui jika *service quality* menghasilkan efek positif dan krusial terhadap *customer satisfaction* dalam penggunaan aplikasi layanan musik Spotify, menyimpulkan jika mutu jasa layanan mampu mendorong tingkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan aplikasi musik Spotify.
- b. Berlandaskan dari hasil uji hipotesis mampu diketahui jika *price* menghasilkan efek positif dan krusial terhadap *customer satisfaction* dalam penggunaan aplikasi layanan musik Spotify, menyimpulkan jika harga mampu mendorong tingkat kepuasan pelanggan mampu meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan aplikasi musik Spotify.
- c. Berlandaskan dari hasil uji hipotesis mampu diketahui jika *customer satisfaction* menghasilkan efek positif dan krusial terhadap *customer loyalty* dalam penggunaan aplikasi layanan musik Spotify, menyimpulkan jika kepuasan pelanggan mampu menumbuhkan loyalitas pelanggan guna tetap menggunakan aplikasi musik Spotify.
- d. Berlandaskan dari hasil uji hipotesis mampu diketahui jika *service quality* menghasilkan efek positif dan krusial terhadap *customer loyalty* dalam penggunaan aplikasi musik Spotify, menyimpulkan jika mutu jasa layanan mampu menumbuhkan loyalitas pelanggan guna tetap menggunakan aplikasi musik Spotify.
- e. Berlandaskan dari hasil uji hipotesis mampu diketahui jika *price* menghasilkan efek positif dan krusial terhadap *customer loyalty* dalam penggunaan aplikasi musik Spotify, menyimpulkan jika harga mampu

menumbuhkan loyalitas pelanggan guna tetap menggunakan aplikasi musik Spotify.

- f. Berlandaskan dari hasil uji hipotesis mampu diketahui jika *service quality* menghasilkan efek positif dan krusial terhadap *customer loyalty* yang dihubungkan oleh *customer satisfaction* dalam penggunaan aplikasi musik Spotify, menyimpulkan jika kepuasan pelanggan mampu memediasi mutu jasa layanan dan menghasilkan dampak bagi kesetiaan pelanggan dalam menggunakan aplikasi musik Spotify.
- g. Berlandaskan dari hasil uji hipotesis mampu diketahui jika *price* menghasilkan efek positif dan krusial terhadap *customer loyalty* yang dihubungkan oleh *customer satisfaction* dalam penggunaan aplikasi musik Spotify, menyimpulkan jika kepuasan pelanggan mampu memediasi harga dan menghasilkan dampak bagi kesetiaan pelanggan dalam menggunakan aplikasi musik Spotify.

## **1.2 Implikasi**

Berlandaskan dari kesimpulan yang telah dijelaskan maka mampu diketahui tersedia pengaruh antara *service quality*, *price*, dan *customer satisfaction* dalam membangun *customer loyalty* menggunakan aplikasi musik Spotify. Penelitian yang dijalankan membuktikan jika seluruh hipotesis yang telah dikemukakan guna penelitian yang dijalankan adalah tepat. Berlandaskan dari pembahasan hasil penelitian yang telah dijabarkan, peneliti mampu menuliskan implikasi teoritis dan implikasi praktis yang sejalan dengan hasil dari penelitian yang dijalankan.

### **1.2.1 Implikasi Teoritis**

Penelitian yang dijalankan ialah bentuk kontribusi bagi penelitian yang berkaitan dengan variabel *service quality*, *price*, *customer satisfaction*, dan *customer loyalty*. guna penelitian berikutnya diharapkan guna mampu meningkatkan atau menggunakan variabel lain, seperti variabel *sales promotion* dalam penelitian Prasilowati et al. (2021) yang menyatakan jika *sales promotion* mampu meningkatkan pengetahuan pelanggan terhadap

suatu produk guna diperoleh. Variabel lainnya yang mampu digunakan adalah *brand image* seperti yang digunakan dalam penelitian Dam dan Dam (2021) menjelaskan jika ketika suatu produk memiliki citra merek yang tinggi, maka mampu menggambarkan sikap yang cenderung positif terhadap perspektif pelanggan.

### 1.2.2 Implikasi Praktis

- a. Indikator pada variabel *customer loyalty* mendapatkan respon jawaban negatif terbanyak terletak pada indikator CL5 yaitu “Saya merekomendasikan aplikasi layanan musik Spotify kepada kolega-kolega saya karena saya percaya pada layanan tersebut.” Dengan respon jawaban 12.9% agak tidak setuju, 9.0% tidak setuju, dan 5.1% sangat tidak setuju. Hasil tersebut menggambarkan jika para responden merasa jika mereka tidak merekomendasikan aplikasi musik Spotify hanya karena mereka menggunakan layanan aplikasi tersebut. Hasil berikut terjadi karena banyak orang yang menggunakan aplikasi layanan musik lainnya. Oleh sebab itu aplikasi musik Spotify perlu memastikan jika para pengguna yang setia dengan layanannya mampu membangun *branding* yang tepat serta tawaran promosi yang tidak hanya meningkatkan loyalitas pengguna, tetapi juga guna calon pengguna yang tertarik guna beralih ke layanan tersebut.
- b. Indikator pada variabel *service quality* mendapatkan respon jawaban negatif terbanyak terletak pada indikator SQ10 yaitu “Aplikasi layanan musik Spotify selalu memperhatikan berbagai masalah yang sering saya khawatirkan.” Dengan respon jawaban 11.7% agak tidak setuju, 3.5% tidak setuju, dan 2.0% sangat tidak setuju. Hasil tersebut menggambarkan jika para responden merasa jika aplikasi musik Spotify tidak selalu memperhatikan permasalahan yang dikhawatirkan pelanggannya. Oleh sebab itu aplikasi musik Spotify perlu memastikan jika pengguna mampu menggunakan aplikasi tersebut dengan kenyamanan dan keamanan yang memadai

dan mampu menanggulangi berbagai permasalahan yang dihadapi guna menjaga mutu jasa layanannya.

- c. Indikator pada variabel *price* mendapatkan respon jawaban negatif terbanyak terletak pada indikator PR5 yaitu “Harga yang ditawarkan oleh aplikasi layanan musik Spotify lebih murah dijalankan perbandingan dengan produk lainnya.” Dengan respon jawaban 5.1% agak tidak setuju, 2.0% tidak setuju, dan 1.2% sangat tidak setuju. Hasil tersebut menggambarkan jika para responden merasa jika harga yang ditawarkan aplikasi musik Spotify tidak lebih murah dijalankan perbandingan dengan produk lainnya. Oleh sebab itu aplikasi musik Spotify perlu memperhatikan harga dari pasar persaingan aplikasi layanan musik *online* lainnya guna mampu mengungguli dari segi nilai yang ditawarkan kepada pelanggan.
- d. Indikator pada variabel *customer satisfaction* mendapatkan respon jawaban negatif terbanyak terletak pada indikator CS12 yaitu “Bantuan layanan aplikasi Spotify sangat peduli dengan masalah saya.” Dengan respon jawaban 6.6% agak tidak setuju, 5.1% tidak setuju, dan 2.3% sangat tidak setuju. Hasil tersebut menggambarkan jika para responden merasa jika bantuan layanan aplikasi musik Spotify tidak memedulikan masalah yang dihadapi oleh pelanggan. Oleh sebab itu aplikasi musik Spotify perlu lebih memperhatikan para pengguna yang menggunakan bantuan layanan aplikasi ketika sedang menghadapi suatu permasalahan demi meningkatkan kepuasan pelanggan ketika menggunakan layanan tersebut.

### **1.3 Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian yang dijalankan masih tersedia beberapa keterbatasan yang menjadi penghalang atau kekurangan dari hasil yang diharapkan, sehingga mampu menjadi evaluasi peningkatan guna penelitian selanjutnya. Beberapa keterbatasan yang dihadapi oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian yang dijalankan hanya menggunakan empat variabel saja yang digunakan sebagai indikator penelitian, yaitu *service quality*, *price*, *customer satisfaction*, dan *customer loyalty*.
- b. Sampel yang digunakan dalam penelitian yang dijalankan ialah pengguna aplikasi musik Spotify di area Jabodetabek, yang belum mencakup populasi di seluruh Indonesia.

#### **1.4 Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya**

Dari hasil penelitian yang telah dipaparkan, peneliti mampu memberikan beberapa rekomendasi dan saran yang mampu ditujukan kepada seluruh pihak yang terkait dengan penelitian yang dijalankan, dengan harapan pihak-pihak tersebut mampu meningkatkan atau mempertahankan hal-hal yang sudah diterapkan. Rekomendasi yang mampu diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Berlandaskan dari hasil penelitian dibuktikan jika variabel *service quality*, *price* dan *customer satisfaction* menghasilkan efek yang positif dan krusial terhadap *customer loyalty*. Maka disarankan guna penelitian selanjutnya menggunakan variabel lain yang mampu dikembangkan demi menghasilkan hasil penelitian yang terbaharukan. Satu dari variabel yang mampu diubah atau ditambahkan adalah *brand image* seperti penelitian yang dilakukan oleh Dam dan Dam (2021) yang menunjukkan jika variabel tersebut mampu menghasilkan efek yang krusial bagi kesetiaan pelanggan.
- b. Penelitian yang dijalankan dilaksanakan dengan menggunakan populasi di area Jabodetabek saja. Diharapkan bagi penelitian selanjutnya mampu menggunakan area populasi yang lebih luas demi mendapatkan hasil yang lebih merata dan mampu mencakup seluruh Indonesia.
- c. Penelitian selanjutnya disarankan guna menggunakan sumber referensi yang lebih banyak dan mampu lebih mendukung penelitian

yang akan diteliti demi menghasilkan hasil penelitian yang valid dan baik dengan dukungan sumber referensi yang kuat.