

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. H1 menyebutkan bahwa kebijakan harga diduga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, namun dalam penelitian ini membuktikan bahwa kebijakan harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas dikarenakan pada uji hipotesis nilai *t-value* hanya sebesar 1,30 lebih kecil dari 1,96 sehingga hipotesis 1 tidak dapat diterima.
2. H2 menyebutkan bahwa kebijakan harga diduga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan dalam penelitian ini membuktikan bahwa kebijakan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dikarenakan pada uji hipotesis nilai *t-value* sebesar 2,15 lebih besar dari pada 1,96 sehingga hipotesis 2 dapat diterima.
3. H3 menyebutkan bahwa *trust* diduga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, namun dalam penelitian ini membuktikan bahwa *trust* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas dikarenakan pada uji hipotesis nilai *t-value* hanya sebesar 1,08 lebih kecil dari pada 1,96 sehingga hipotesis 3 tidak dapat diterima.
4. H4 menyebutkan bahwa *trust* diduga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun dalam penelitian ini membuktikan bahwa *trust* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dikarenakan pada uji hipotesis nilai *t-value* hanya sebesar 5,50 lebih besar dari pada 1,96 sehingga hipotesis 4 dapat diterima.

5. H5 menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan diduga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, dan dalam penelitian ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan dikarenakan pada uji hipotesis nilai *t-value* sebesar 3,34 lebih besar dari pada 1,96 sehingga hipotesis 5 dapat diterima.

B. Implikasi

Dari hasil analisis penelitian dapat disimpulkan bahwa dari kelima hipotesis terdapat tiga hipotesis yang dapat diterima, yaitu variabel kebijakan harga terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas. Oleh karena itu meningkatkan loyalitas pada pengguna aplikasi, Spotify perlu meningkatkan respon positif terhadap kebijakan harga, *trust* dan juga kepuasan konsumen. Adapun aspek yang perlu diperhatikan sebagai berikut:

1. Kebijakan Harga

Pada Variabel kebijakan harga ini diukur berdasarkan tiga dimensi yaitu keterjangkauan, kesesuaian harga dengan kualitas layanan dan harga sesuai dengan kemampuan dan daya saing harga. Harga yang ditawarkan Spotify dirasa setara dengan para kompetitornya. Oleh karena itu perlu ditingkatkan lagi pengetahuan kepada para penggunanya tentang apa yang mereka bayar untuk mendapatkan dampak manfaat setelah mereka menggunakan Spotify. Karena banyaknya pengguna yang belum merasakan

keuntungan kualitas dan manfaat yang didapat dengan harga yang Spotify berikan.

2. *Trust*

Pada variabel *trust* ini diukur berdasarkan tiga dimensi yaitu kemampuan (*Ability*), kebaikan hati (*Benevolence*) dan Integritas (*Integrity*). Ketiga dimensi ini dinilai baik oleh responden namun pada dimensi integritas dinilai kurang cukup baik oleh responden sehingga bisa saja pihak perusahaan tidak terlalu memperhatikan kepercayaan pelangganya.

3. Kepuasan Pelanggan

Pada variabel kepuasan pelanggan ini diukur berdasarkan tiga dimensi yaitu *attribute related to service*, *attribute relate to product* dan *attribute relate to purchase* ketiga dimensi ini dinilai baik oleh responden namun bisa ditingkatkan lagi. Perusahaan dapat melakukan pembenahan melalui peningkatan pada kinerja dan meningkatkan layanan yang diberikan melebihi apa yang pelanggan harapkan untuk memberikan kepuasan pelanggan yang akan berdampak kepada loyalitas pengguna.

4. Loyalitas

Pada variabel loyalitas ini diukur berdasarkan tiga dimensi yaitu *continue purchasing*, *recommend friend* dan *say positive things* pelanggan spotify bisa saja beralih ke penyedia layanan lain hal ini dapat dicegah apabila Spotify mampu meningkatkan kualitas

layanannya dan menurunkan harganya. Para pengguna Spotify nampaknya berminat untuk merekomendasikan Spotify sebagai *platform* penyedia layanan musik yang dapat diandalkan. Belum tertanamnya benak positif layanan *streaming* musik Spotify. Maka dari itu pihak Spotify harus memberikan edukasi kepada para pelanggannya mengenai manfaat yang didapat dari berlangganan Spotify untuk meningkatkan kepuasan dan juga loyalitas pelanggan.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan diatas, terdapat saran yang dapat diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Saran Untuk Penelitian selanjutnya
 - a) Penelitian ini dapat dilakukan untuk penelitian yang akan datang dengan objek yang berbeda terhadap perusahaan yang beroperasi pada bidang yang sama yaitu layanan *streaming* berbayar, seperti layanan *streaming* musik online lainnya dan juga layanan *streaming* film.
 - b) Penelitian ini dapat juga dapat dilakukan untuk penelitian yang akan datang dengan menggunakan variabel yang berbeda, seperti keputusan pembelian, minat menggunakan kembali dan juga kualitas layanan.
 - c) Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan ruang lingkup yang lebih luas lagi yang memungkinkan mendapat tanggapan atau respon yang lebih beragam.

2. Saran Untuk Pihak Spotify

- a) Pada variabel kebijakan harga pihak Spotify diharapkan bisa memberikan harga yang lebih murah dibandingkan dengan para kompetitornya, diharapkan dengan melakukan pengurangan harga ini pelanggan tidak tertarik berpindah ke *platform* penyedia layanan *streaming* lainnya dan akan berimbas pula kepada loyalitas pelanggan.
- b) Pada variabel *trust*/kepercayaan diharapkan pihak Spotify bersikap profesional dengan cara selalu menepati janjinya kepada pelanggan. Karena *trust*/kepercayaan dan kesetiaan seorang pelanggan tidak terlepas dari kejujuran perusahaan yang pelanggan terima.
- c) Pada variabel kepuasan pelanggan diharapkan pihak Spotify bisa mempertahankan kepuasan pelanggannya dengan memenuhi harapan para pelanggannya dan menambah fitur layanan pada aplikasi Spotify dengan tujuan untuk mempermudah pelanggan dalam melakukan pembayaran dan mengetahui informasi seputar pelanggan Spotify.
- d) Pada variabel loyalitas diharapkan pihak Spotify dapat terus menjaga loyalitas pelanggannya dengan cara memberikan penawaran-penawaran yang menarik bagi pihak konsumen yang telah lama menggunakan aplikasi Spotify sebagai *platform*

streaming musik andalan mereka. Dengan begitu pelanggan akan tetap setia terhadap Spotify dan tidak ingin beralih ke *platform* musik *streaming* lainnya.