

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dari pembahasan sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Sikap berpengaruh signifikan terhadap kesediaan membayar sehingga hipotesis 1 dapat diterima. Sehingga H1 memiliki sikap yang baik maka membuat kesediaan membayar meningkat.
2. Sikap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan sehingga hipotesis 2 dapat diterima. Sehingga H2 memiliki sikap yang baik maka membuat kepuasan meningkat.
3. Persepsi nilai berpengaruh signifikan terhadap kepuasan sehingga hipotesis 3 dapat diterima. Sehingga H3 memiliki persepsi nilai yang baik maka membuat kepuasan meningkat.
4. Pengalaman merek berpengaruh signifikan terhadap kesediaan membayar sehingga hipotesis 4 dapat diterima. Sehingga H4 memiliki pengalaman merek yang baik maka membuat kesediaan membayar meningkat.
5. Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap kesediaan membayar sehingga hipotesis 5 dapat diterima. Sehingga H5 memiliki kepuasan yang baik maka membuat kesediaan membayar meningkat.

## 5.2 Implikasi

Hasil temuan yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan dukungan bagi pihak-pihak terkait yaitu sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis 200 responden yang didapat dalam penelitian ini, jika dilihat dari usia para responden yaitu pengguna aplikasi musik *streaming* Spotify, jumlah terbesar terdapat pada rentan usia 18-25 tahun yaitu dengan persentase 68% (135 responden), selanjutnya diikuti pengguna dengan rentan usia 26-35 tahun 19% (38 responden), dan dengan rentan usia >35 tahun 9% (18 responden). Jumlah responden terkecil yaitu pengguna pada rentan usia <18 tahun 4% (9 responden). Dari data tersebut dapat dilihat bahwa jumlah usia terbanyak didominasi oleh rentan usia 18-25 tahun yaitu para remaja dengan persentase yang cukup jauh dengan rentan usia lainnya, terutama dengan rentan usia >35 tahun (9%) dan <18 tahun 4%. Melihat hal tersebut, Spotify hendaknya dapat menyusun strategi agar para pelanggan di rentan usia >35 dan <18 tahun dapat meningkat.
2. Terdapat indikator dengan nilai terendah pada setiap variabel, hal itu dapat dijadikan aspek yang perlu ditingkatkan oleh Spotify untuk menggapai peningkatan jumlah pengguna yang bersedia membayar lebih.
  - a. Variabel *Attitude*/Sikap  
Jika dilihat dari hasil olah data variabel *attitude*/sikap, hasil yang paling rendah terdapat pada indikator pernyataan mengenai tampilan layanan *premium* aplikasi musik *streaming* menarik perhatian. Hal

ini dapat dijadikan aspek yang dapat ditingkatkan oleh Spotify, karena sebagian pengguna masih belum menyatakan tampilan layanan *premium* aplikasi musik *streaming* menarik perhatian.

b. Variabel *Perceived Value*/Persepsi Nilai

Jika dilihat dari hasil olah data variabel *perceived value*/persepsi nilai, hasil terendah terdapat pada indikator pernyataan layanan musik *premium* memiliki kualitas yang konsisten. Hal ini dapat dijadikan aspek yang dapat ditingkatkan oleh Spotify, karena sebagian pengguna masih belum puas akan konsistensi kualitas layanan musik *premium*.

c. Variabel *Brand Experience*/Pengalaman Merek

Jika dilihat dari hasil olah data variabel *brand experience*/pengalaman merek, hasil terendah terdapat pada indikator merek dari aplikasi layanan musik *premium* memberi kesan kuat pada indra. Hal ini dapat dijadikan aspek yang dapat ditingkatkan oleh Spotify, karena merek dari aplikasi layanan musik *streaming* (Spotify) masih belum berkesan kuat pada sebagian pengguna.

d. Variabel *Satisfaction*/Kepuasan

Jika dilihat dari hasil olah data variabel *satisfaction*/kepuasan, hasil yang paling rendah terdapat pada indikator pernyataan mengenai penggunaan layanan *premium* musik *streaming* yang membuat pengguna merasa sangat senang. Hal ini dapat dijadikan aspek yang dapat ditingkatkan oleh Spotify agar kepuasan pengguna layanan *premium* musik *streaming* (Spotify) semakin meningkat.

- e. Variabel *Willingness to Pay Premium*/Kesediaan Untuk Membayar Lebih

Jika dilihat dari hasil olah data variabel *willingness to pay premium*/kesediaan untuk membayar lebih, hasil terendah terdapat pada indikator pernyataan mengenai pengguna lebih suka layanan *premium* aplikasi musik *streaming* yang biasa digunakan walaupun harganya lebih tinggi dari harga rata-rata aplikasi sejenis lainnya. Hal ini dapat dijadikan aspek yang dapat ditingkatkan oleh Spotify, agar walaupun harga layanan aplikasi streaming musik *premium* (Spotify) lebih tinggi dari harga rata-rata aplikasi sejenis lainnya, pengguna tetap lebih suka menggunakan layanan aplikasi streaming musik *premium* (Spotify).

### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil uji penelitian dan kesimpulan, maka diberikan beberapa saran sebagai berikut:

#### 1.3.1 Saran Praktis

- a. Sehubungan dengan implikasi yang telah dijelaskan sebelumnya pada variabel *attitude*/sikap, maka diharapkan bagi Spotify untuk dapat lebih meningkatkan dan mengembangkan kembali tampilan layanan musik *premium*-nya. Hal tersebut dapat dilakukan dengan membuat tampilan yang cukup berbeda dan lebih menarik dibandingkan dengan layanan musik *streaming* yang gratis/*free*.
- b. Sehubungan dengan implikasi yang telah dijelaskan sebelumnya pada variabel *perceived value*/persepsi nilai yaitu mengenai konsistensi kualitas layanan musik *premium*, maka diharapkan bagi

- Spotify untuk dapat lebih meningkatkan konsistensi kualitas layanan musik streaming *premium*-nya. Salah satunya dapat dilakukan dengan cara terus meng-*update* dan memperbaharui fitur-fitur yang diberikan pada layanan musik streaming *premium*.
- c. Sehubungan dengan implikasi yang telah dijelaskan sebelumnya pada variabel *brand experience*/pengalaman merek mengenai kesan kuat pada indra, maka diharapkan bagi Spotify untuk dapat mengembangkan strategi agar *brand* Spotify dapat semakin berkesan di sisi pengguna. Salah satunya dapat dilakukan dengan cara membuat slogan/*tag line* serta fitur yang bagus dan unik agar dapat berkesan di sisi pengguna.
- d. Sehubungan dengan implikasi yang telah dijelaskan sebelumnya pada variabel *satisfaction*/kepuasan, maka diharapkan bagi Spotify untuk dapat terus meningkatkan kualitas layanannya terutama dalam hal penyediaan musik. Hal tersebut dapat dilakukan dengan memperbanyak dan terus mengupdate *playlist* musik dengan pilihan lagu yang dapat membangkitkan kesenangan dan semangat para pengguna.
- e. Sehubungan dengan implikasi yang telah dijelaskan sebelumnya pada variabel *willingness to pay premium*/kesediaan untuk membayar lebih, maka diharapkan bagi Spotify untuk dapat *update* dan mengikuti selera pasar yang ada, serta terus menjaga dan meningkatkan kelebihan-kelebihan yang tidak dimiliki oleh aplikasi musik *streaming* lain. Sehingga walaupun jika harga layanan aplikasi streaming musik *premium* (Spotify) lebih tinggi dari harga rata-rata

aplikasi sejenis lainnya, pengguna tetap lebih suka menggunakan layanan aplikasi streaming musik *premium* (Spotify).

### 1.3.2 Saran Teoritis

- a. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan mengambil objek penelitian dengan industri sejenis seperti Soun Cloud, Joox, Shazam, Sound Hund, Music Tuber, dan lain sebagainya.
- b. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan mengambil subjek responden yang berbeda serta lebih luas sehingga akan mendapatkan tanggapan yang berbeda.
- c. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan menggunakan variabel yang berbeda, seperti *brand image*, harga, promosi, kepercayaan merek, loyalitas, dan lain sebagainya agar dapat mengeksplorasi kemungkinan variabel lain yang dapat mempengaruhi *willingness to pay premium*/kesediaan untuk membayar dan juga sebagai variasi dalam penelitian.