

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di bahas sebelumnya mengenai dampak Persepsi Nilai, Kepuasan konsumen serta Kepercayaan Merek pada Loyalitas konsumen pada pengguna Spotify Premium Generasi Z di Jakarta bisa disimpulkan seperti dibawah ini:

1. Persepsi Nilai berdampak positif pada Kepuasan konsumen , maka Spotify Premium perlu meningkatkan persepsi positif pada layanan streaming musik serta meningkatkan pengalaman pengguna.
2. Persepsi Nilai berdampak positif signifikan pada Kepercayaan Merek dengan adanya persepsi positif pada kepercayaan membuat konsumen mempunyai ekspektasi yang penuh sehingga spotify lebih focus dalam peningkatan pengalaman pengguna serta menjaga kualitas konsistensi layanan
3. Kepuasan konsumen tidak berpengaruh signifikan Loyalitas konsumen , walaupun konsumen merasa puas dengan layanan Spotify Premium persoalan ini tidak langsung meningkatkan loyalitas mereka, Perusahaan perlu lebih memperkenalkan program loyalitas serta meningkatkan korelasi dengan konsumen untuk tetap konsisten dengan kebutuhan.
4. Kepercayaan Merek berdampak signifikan pada Loyalitas konsumen konsumen yang mempunyai kesetiaan tinggi dalam kepercayaan merek yang dibangun spotify premium akan cenderung menjadi loyal, maka Perusahaan harus menjadi prioritas utama dalam strategi Perusahaan.
5. Persepsi Nilai tidak berdampak pada Loyalitas konsumen sebab faktanya loyalitas konsumen lebih dipengaruhi oleh faktor lain. Oleh sebab itu, perusahaan harus mempunyai Strategi yang bisa diterapkan termasuk menawarkan program loyalitas, meningkatkan kualitas layanan, serta menyesuaikan barang maupun fitur selaras dengan keinginan pasar yang terus berkembang.

6. Persepsi Nilai terhadap Loyalitas konsumen melalui Kepuasan konsumen tidak berdampak signifikan Meskipun persepsi nilai yang tinggi pada aspek-aspek seperti kenyamanan tanpa iklan, persoalan ini tidak secara langsung mendorong loyalitas. Loyalitas konsumen pada Spotify Premium dipengaruhi oleh sejumlah faktor lain. Maka, perusahaan harus mempertimbangkan lebih banyak faktor yang bisa mempengaruhi loyalitas konsumen.
7. Persepsi Nilai berdampak pada Loyalitas konsumen melalui Kepercayaan Merek, konsumen yang menganggap Spotify Premium mempunyai nilai tambah, seperti kemudahan akses serta layanan bebas iklan, cenderung mempunyai tingkat kepercayaan yang lebih tinggi pada merek. Kepercayaan yang terbentuk dari pengalaman positif ini bisa meningkatkan loyalitas mereka pada barang.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian berikut, maka saran untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis: Penelitian dapat memperdalam analisis tentang strategi pemasaran digital yang efektif berdasarkan hasil temuan, seperti pengembangan fitur tambahan atau promosi yang relevan dengan kebutuhan Generasi Z di Jakarta. Selain itu, penulis dapat mengevaluasi efektivitas model mediasi yang digunakan dalam penelitian ini dan menerapkannya pada konteks industri lain, seperti video streaming atau aplikasi berbasis langganan lainnya.
2. Bagi Pembaca: Hasil penelitian ini menjadi panduan praktis bagi pembaca yang terlibat dalam pengembangan strategi pemasaran berbasis data. Strategi ini khususnya bermanfaat dalam menarik loyalitas Generasi Z yang menjadi target utama.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya: Peneliti selanjutnya disarankan untuk menggali lebih dalam faktor-faktor eksternal, seperti perubahan perilaku konsumen akibat teknologi baru, tren global di industri musik digital, maupun dampak harga pada loyalitas konsumen. Selain itu, pengamatan lebih lanjut bisa

dilaksanakan dengan memakai pendekatan komparatif antar-platform streaming musik untuk mengetahui faktor-faktor yang membedakan preferensi konsumen pada masing-masing layanan.

4. Bagi Perusahaan (Spotify Premium)

- a. Spotify dapat merancang strategi pemasaran yang lebih personalisasi, seperti merekomendasikan playlist berdasarkan preferensi unik pengguna Generasi Z di Jakarta.
- b. Perusahaan juga disarankan untuk meningkatkan transparansi dan komunikasi terkait kebijakan privasi dan pengelolaan data pelanggan, yang dapat memperkuat kepercayaan merek di kalangan pengguna.
- c. Spotify dapat mempertimbangkan program loyalitas pelanggan, seperti penawaran diskon khusus bagi pengguna setia atau penghargaan berbasis poin, untuk mempertahankan pengguna Premium.

