

BAB V

PENUTUP

Bab ini akan menjelaskan hasil simpulan mengenai isi dan pembahasan dari bab – bab sebelumnya mengenai pengaruh persepsi terhadap “*Spotify Wrapped*” dan persepsi keuntungan premium terhadap minat berlangganan Spotify premium. Selain itu, terdapat pula saran dari peneliti yang diharapkan dapat menjadi manfaat bagi pihak-pihak yang akan melaksanakan penelitian di masa mendatang.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai hasil penelitian pada bab-bab sebelumnya, didapatkan kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi “*Spotify Wrapped*” (X_1) dan variabel persepsi keuntungan premium (X_2) secara bersamaan mempengaruhi minat berlangganan spotify premium. Tetapi, variabel X_1 dan X_2 berpengaruh lemah terhadap variabel Y dengan presentase sebesar 11,6%. Kemudian, hasil uji signifikansi penelitian ini, menunjukkan bahwa persepsi “*Spotify Wrapped*” (X_1) dan persepsi keuntungan premium (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap minat berlangganan Spotify (Y).

2. Temuan hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa terdapat keselarasan variabel-variabel penelitian dengan dua komponen yang terdapat di dalam teori utama yang digunakan yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM). Teori TAM menyebutkan bahwa *Perceived Usefulness* dapat mempengaruhi sikap individu yang mengarah kepada minat untuk menggunakan suatu teknologi setelah melihat manfaat yang didapatkan. Dalam penelitian ini, memperlihatkan bahwa masyarakat mempersepsikan hasil Spotify *Wrapped* sebagai suatu fitur yang memiliki manfaat yaitu dapat memunculkan interaksi dengan individu lain dan keuntungan yang didapatkan dari berlangganan spotify premium memberikan manfaat yakni mempermudah mereka untuk mendengarkan musik tanpa terganggu iklan dan tanpa koneksi internet yang dapat mengarahkan mereka untuk berlangganan spotify premium.

5.2 Saran

Bersumber pada hasil dan kesimpulan yang dijelaskan oleh peneliti, akan terdapat saran teoritis, praktis dan sosial yang berhubungan dengan penelitian ini.

5.2.1 Saran Teoritis

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa diperoleh pengaruh antara variabel persepsi “Spotify *Wrapped*” (X_1) dan variabel persepsi keuntungan premium (X_2) terhadap minat berlangganan spotify premium dengan presentase sebesar 11,6%. Maka dari itu, peneliti menyarankan

untuk penelitian selanjutnya agar menganalisis aspek-aspek lainnya yang dapat mempengaruhi minat berlangganan Spotify Premium.

5.2.2 Saran Praktis

Saran praktis yang ingin disampaikan oleh peneliti yaitu diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberi masukan kepada Spotify untuk melakukan perbandingan dengan kompetitor lain dan melihat keuntungan apa saja yang sangat dicari oleh konsumen untuk kemudian dapat dikembangkan oleh Spotify. Selain itu, diharapkan marketing team Spotify juga memutuskan strategi apa yang tepat selain Spotify *Wrapped* yang dapat menimbulkan dampak yang besar bagi Spotify dan mampu membuat masyarakat yang melihat menjadi berminat untuk berlangganan spotify premium.

5.2.3 Saran Sosial

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa secara bersamaan persepsi terhadap Spotify *Wrapped* dan Persepsi Keuntungan Premium berpengaruh secara simultan terhadap minat berlangganan Spotify Premium. Hal tersebut dapat dijadikan acuan sebagai edukasi bahwa persepsi masyarakat terhadap digital marketing dan keuntungan (*benefit*) dari suatu produk memiliki dampak terhadap perilaku konsumsi masyarakat.