

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1 Simpulan**

Hasil pengujian yang sudah dilakukan terhadap variabel-variabel tersebut menghasilkan analisis data yang menyajikan kesimpulan sebagai berikut:

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa persepsi nilai pelanggan selaku variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian pengguna Spotify di Kecamatan Cibinong. Yang mana artinya persepsi nilai pelanggan terhadap Spotify masih dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Kemudian hasil untuk variabel kedua yakni potongan harga juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna Spotify di Kecamatan Cibinong. Yang mana artinya potongan harga pada Spotify sangat mempengaruhi keputusan pembelian. Spotify perlu meninjau kembali strategi dalam menetapkan harga dan meningkatkan frekuensi promosi berupa potongan harga bagi pelanggan *premium* agar dapat meningkatkan penjualan

## **V.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan kepada Spotify adalah sebagai berikut :

- a. Spotify sebaiknya tetap mempertahankan dan mengembangkan strategi terkait persepsi nilai pelanggan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan transaksi karena hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi nilai pelanggan berpengaruh pada keputusan pembelian.
- b. Spotify sebaiknya meningkatkan variasi potongan harga karena hal tersebut terbukti mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan.