

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dapat disimpulkan bahwa fitur Spotify *social* yang diberikan oleh Spotify sudah baik untuk memenuhi harapan dari pelanggan, tetapi masih harus lebih dikembangkan untuk mencapai titik dari loyalitas pelanggan. Hal ini didasari dari pengaruh yang didapat oleh fitur Spotify *social* terhadap loyalitas pelanggan yang cenderung tidak berpengaruh dan walaupun sudah dimediasi oleh kepuasan pelanggan pun belum bisa untuk membuat fitur Spotify *social* memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Oleh sebab itu Spotify harus melakukan peningkatan dan inovasi dalam fitur-fitur Spotify *social* yang diberikan khususnya fitur-fitur Spotify *social* yang diteliti dalam penelitian ini, seperti *follow*, *listening activity*, *profile page*, dan *Sposes (Spotify group session)* agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang diharapkan dapat menciptakan loyalitas pelanggan pula.

Di samping itu pemasaran personalisasi yang dilakukan oleh Spotify juga sudah baik untuk memenuhi harapan pelanggan dan mencapai kepuasan pelanggan. Walaupun belum dapat mencapai titik loyalitas pelanggan secara langsung, tetapi ketika dimediasi dengan kepuasan pelanggan pemasaran personalisasi memiliki pengaruh yang signifikan dan dapat mencapai titik loyalitas pelanggan.

Oleh sebab itu Spotify dapat mempertahankan pemasaran personalisasi yang diberikan khususnya Spotify *wrapped*, *trend playlist*, *personal recommendation playlist*, dan Spotify *blend* karena terbukti dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang berujung pada loyalitas pelanggan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan pada penelitian ini, yaitu kurangnya literatur-literatur terkait Spotify yang dimana cukup memakan waktu bagi peneliti untuk menemukan literatur-literatur yang sesuai dan juga pada saat pengumpulan data

melalui kuesioner berupa *Google form* sering didapati respon yang tidak sesuai dengan keadaan sesungguhnya atau mengisi dengan jawaban repetitif yang dimana setelah di uji, data tersebut dinyatakan tidak valid, hal tersebut membuat peneliti harus menyebar kuesioner berulang kali untuk mendapatkan hasil yang valid.

5.3 Saran

Saran dari peneliti untuk peneliti selanjutnya adalah untuk dapat menambahkan variabel independen ataupun indikator dan diharapkan juga dapat mencoba variabel mediasi lain untuk mengetahui pengaruh lebih lanjut terkait fitur *Spotify social* dan pemasaran personalisasi terhadap loyalitas pelanggan serta peneliti juga menyarankan untuk dapat menyesuaikan penelitian yang dilakukan dengan perkembangan *Spotify* dan zaman untuk menjaga nilai relevansi.