

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Simpulan dibuat setelah melakukan semua tahapan yang ada pada penelitian dan telah melakukan analisis serta pembahasan pada semua bab pada penelitian ini mengenai variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian dan variabel independent yaitu Harga, Citra Merek, dan E-WOM. Maka diperoleh kesimpulan bahwa Harga memberikan pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal tersebut didukung dengan jawaban responden pengguna Spotify Premium pada penelitian ini yaitu konsumen mempertimbangkan keterjangkauan harga, daya saing, kesesuaian dengan kualitas produk, dan kesesuaian dengan manfaat produk sebelum melakukan pembelian. Oleh karena itu, perusahaan perlu menetapkan harga yang terjangkau oleh calon pelanggan dan memastikan bahwa harga tersebut dapat bersaing dengan merek lain. Selain itu, perusahaan perlu menetapkan harga yang ditawarkan yang sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diberikan kepada konsumen. Harga ini akan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan, sehingga mereka akan memilih untuk membeli Spotify Premium.

Selanjutnya, kesimpulan yang didapatkan yaitu Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal tersebut didukung dengan jawaban responden pengguna Spotify Premium pada penelitian ini yaitu konsumen percaya bahwa Spotify memiliki keunggulan asosiasi merek dan kekuatan asosiasi merek yang positif. Selain itu, Spotify juga memiliki karakteristik yang unik dan daya tarik sehingga terdapat keunikan asosiasi merek yang melekat di benak konsumen. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus meningkatkan citra merek yang positif dengan cara mempertahankan keunggulan produk dan menciptakan nilai tambah yang sesuai dengan ekspektasi konsumen. Citra merek ini akan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan, sehingga mereka akan memilih untuk membeli Spotify Premium.

Kemudian, penelitian ini menyatakan bahwa E-WOM tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Fenomena ini terjadi karena E-WOM memanfaatkan platform online, yang membatasi interaksi antara pemberi informasi (informan) dan penerima informasi pada tulisan komentar tanpa adanya pertemuan langsung atau tatap muka. Akibatnya, hal ini dapat mengurangi tingkat kepercayaan seseorang terhadap informasi yang disebarkan melalui media sosial.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan berdasarkan prosedur yang telah disarankan, namun masih terdapat keterbatasan yang harus dipahami agar hasilnya dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan untuk penelitian yang akan datang. Berikut adalah beberapa keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini:

1. Kuesioner disebarkan secara online melalui platform digital, yang mengakibatkan adanya keterbatasan dalam pengawasan langsung terhadap responden. Ketidakhadiran pengawasan langsung dapat memungkinkan responden untuk tidak sepenuhnya memahami pertanyaan yang diajukan, mengisi jawaban secara tergesa-gesa, atau memberikan informasi yang kurang akurat.

## 5.3 Saran

Dengan mengacu pada sejumlah prosedur pengumpulan, pengolahan, dan hasil dan kesimpulan penelitian, sehingga rekomendasi dibuat yang diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak, terutama yang relevan dengan penelitian ini, sebagai berikut:

- a. Bagi praktisi atau perusahaan

Harga memiliki kontribusi terhadap keputusan pembelian sehingga perusahaan dapat menggunakan data ini untuk mendukung keputusan strategis, seperti menyesuaikan harga produk untuk segmen tertentu karena semakin sesuai atau kompetitif harga yang ditawarkan, sehingga semakin besar pelanggan untuk melakukan keputusan pembelian produk. Dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian, Spotify disarankan untuk mempertahankan

harga yang ditawarkan saat ini, menetapkan harga yang terjangkau dan memastikan bahwa harga tersebut dapat bersaing dengan merek lain. Selain itu, perusahaan perlu menetapkan harga yang ditawarkan yang sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diberikan kepada konsumen.

Perusahaan perlu meningkatkan anggaran untuk membangun dan memperkuat citra merek agar perusahaan dapat memengaruhi persepsi konsumen secara lebih efektif yang pada gilirannya meningkatkan keputusan pembelian. Perusahaan juga perlu untuk meningkatkan citra merek yang positif dengan cara mempertahankan keunggulan produk dan menciptakan nilai tambah yang sesuai dengan ekspektasi konsumen. Citra merek yang positif ini akan menjadi keunggulan tersendiri bagi Spotify yang membedakannya dengan layanan streaming lainnya sekaligus dapat menghasilkan citra yang baik di mata penggunanya. Oleh sebab itu, citra merek ini perlu terus dipelihara dan ditingkatkan untuk meningkatkan keputusan pembelian Spotify Premium.

b. Bagi akademisi/ peneliti selanjutnya

Pada peneliti selanjutnya yang hendak meneliti keputusan pembelian, disarankan untuk mempertimbangkan faktor atau variabel lainnya untuk dapat mengetahui hubungan atau pengaruhnya terhadap keputusan pembelian, seperti variabel kualitas produk, kepercayaan merek, dan sebagainya. Selain itu, diharapkan agar peneliti selanjutnya dapat mengkaji kembali objek penelitian pada merek lain namun, tetap bidang layanan streaming musik karena masih cukup sedikit ditemukan.