

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Perceived value* berpengaruh secara positif terhadap minat berlangganan Spotify Premium di Indonesia. Artinya apabila *perceived value* atau nilai yang dirasakan pengguna terhadap Spotify Premium semakin tinggi maka akan meningkatkan minat berlangganan. Saat ini *perceived value* pada Spotify Premium di Indonesia dapat dikategorikan baik, ditunjukkan dengan nilai rata-rata atau *mean* yang lumayan baik pada variabel ini.
2. Harga berpengaruh secara positif terhadap minat berlangganan Spotify Premium di Indonesia. Artinya semakin murah harga untuk berlangganan maka akan minat untuk berlangganan juga akan semakin meningkat. Untuk saat ini, harga untuk berlangganan di Spotify masih dapat diterima masyarakat (khususnya generasi milenial dan generasi Z).
3. Usia pengguna dapat memoderasi secara positif pada hubungan *perceived value*, harga, dan minat berlangganan. Hal ini terjadi karena adanya perbedaan koefisien jalur antara generasi milenial dan generasi Z. Dalam penelitian ini juga terdapat temuan dimana generasi milenial memiliki potensi yang lebih tinggi untuk memiliki minat berlangganan

apabila *perceived value* Spotify Premium semakin tinggi dan harganya semakin murah. Hal tersebut kemungkinan dipengaruhi oleh perbedaan pola pikir, kestabilan emosional, dan tingkat pendapatan antara kedua generasi tersebut.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran yang diajukan peneliti, antara lain:

1. Bagi perusahaan
 - a) Spotify Indonesia disarankan untuk mempertahankan *perceived value* dari Spotify Premium saat ini. Masyarakat Indonesia menganggap bahwa *perceived value* Spotify Premium saat ini dapat dikatakan baik, ditunjukkan dengan hasil nilai rata-rata (*mean*) di setiap indikator variabel *perceived value* termasuk ke dalam kategori setuju (sekitar 3,85 hingga 4,29).
 - b) Harga menjadi salah satu hal yang harus dicermati oleh Spotify Indonesia. Hal ini dikarenakan indikator yang memiliki *mean* terendah dalam kedua variabel independen penelitian ini (*perceived value* dan harga) berkaitan dengan harga Spotify Premium. Maka dari itu, Spotify Indonesia dapat menurunkan harga Spotify Premium sehingga dapat meningkatkan minat berlangganan dan dapat bersaing dengan kompetitornya. Selain itu, Spotify Indonesia juga dapat memberikan promo atau diskon harga di waktu-waktu tertentu (tidak hanya pada saat pertama kali berlangganan) sehingga

pengguna yang sudah pernah berlangganan akan berminat untuk melakukan pembelian ulang dibandingkan dengan menggunakan versi gratisnya.

- c) Spotify Indonesia disarankan untuk lebih mengoptimalkan kegiatan promosinya (yang menyoroti fitur-fitur eksklusif Spotify Premium yang menjadi membedakannya dengan produk pesaing) dan juga lebih sering untuk memberikan promo atau diskon harga. Berdasarkan hasil pengujian moderasi dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa generasi milenial lebih memperhatikan nilai (manfaat) dan harga sebelum akhirnya memutuskan untuk melakukan suatu pembelian. Maka dari itu, dengan mengoptimalkan kegiatan-kegiatan tersebut, generasi milenial akan lebih tertarik untuk melakukan pembelian atau berlangganan di Spotify.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan melakukan studi komparatif dengan platform layanan *music-on-demand* lainnya seperti *Youtube Music*, *Apple Music*, dan sebagainya sehingga dapat mengevaluasi atau membandingkan antara Spotify dengan kompetitornya. Selain itu, pada penelitian selanjutnya juga dapat menambahkan variabel moderasi baru (seperti jenis kelamin atau tingkat pendapatan) ataupun menambahkan sampel sehingga dapat mengeksplorasi lebih mendalam mengenai Spotify Premium.