

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan PLS untuk menguji Persepsi Harga, citra merek dan E-WOM terhadap Minat Beli maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Persepsi harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian aplikasi musik spotify premium. Semakin terjangkau harga yang dipersepsikan oleh konsumen maka semakin tinggi pula tingkat minat beli pada aplikasi spotify premium. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi harga berkontribusi terhadap minat beli.
2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap minat pembelian aplikasi musik spotify premium. Semakin baik citra merek yang di dapat aplikasi music spotify maka semakin tinggi pula minat pembelian pada aplikasi musik spotify premium. Hal ini menunjukkan bahwa citra merek berkontribusi terhadap minat beli.
3. E-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap minat pembelian aplikasi musik spotify premium. Semakin baik E-WOM yang di sampaikan oleh konsumen melalui media sosial atau website. Maka

semakin tinggi minat pembelian pada aplikasi musik spotify premium. Hal ini menunjukkan bahwa E-WOM berkontribusi terhadap minat beli.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian dan kesimpulan, maka terdapat beberapa saran yang diberikan untuk dijadikan bahan pertimbangan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan, antara lain sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada pihak aplikasi spotify dapat memanfaatkan strategi persepsi harga dengan memberikan harga yang terjangkau yang sesuai dengan kualitas yang diberikan pada layanan spotify premium dan tidak jauh berbeda dengan aplikasi lain.
2. Pada indikator brand image diharapkan spotify lebih memperhatikan dan meningkatkan citra merek yang positif terutama pada aspek kualitas layanann. Serta lebih tanggap dalam memperbaiki masalah – masalah teknis yang terjadi pada pengguna aplikasi spotify *Premium*, yang mana akan berakibatkan E-WOM negatif dan mempengaruhi citra merek.
3. Pada indikator E-WOM diharapkan spotify segera menyelesaikan keluhannya tersebut sehingga menjadi keunggulan tersendiri dalam bagi spotify dalam penanganan komplain dari pelanggan. Sehingga dapat membuat konsumen percaya serta dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan dari konsumen.
4. Untuk menyempurnakan penelitian ini, bagi peneliti selanjutnya, disarankan dapat melakukan penelitian lebih lanjut beberapa variabel lain selain persepsi harga, citra merek, E-WOM dan minat beli.