

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang didapatkan tentang pengaruh *E-Service Quality* ( $X_1$ ) dan *Experiential Marketing* ( $X_2$ ) terhadap Minat Beli Ulang (Y) menggunakan streaming musik digital JOOX maka dapat ditarik kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. *E-Service Quality* ( $X_1$ ) berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Ulang (Y) menggunakan streaming musik digital JOOX.
2. *Experiential Marketing* ( $X_2$ ) berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Ulang (Y) menggunakan streaming musik digital JOOX.
3. *E-Service Quality* ( $X_1$ ) dan *Experiential Marketing* ( $X_2$ ) berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli Ulang (Y) menggunakan streaming musik digital JOOX.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan, saran penelitian yang dapat penulis sampaikan yaitu sebagai berikut :

1. Untuk Perusahaan
  - a. Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan JOOX harus memperhatikan *E-Service Quality* mengenai Customer service di JOOX Indonesia selalu merespon keluhan pelanggan dengan tanggap. karena pada kuisisioner *E-Service Quality* pertanyaan tersebut mendapatkan respon sangat baik paling sedikit. Apabila *E-Service Quality* lebih meningkat tentu akan berdampak positif bagi JOOX dengan adanya Minat Beli Ulang menggunakan streaming musik JOOX.
  - b. Berdasarkan hasil dan kesimpulan JOOX harus lebih meningkatkan *Experiential Marketing* agar penerapan *Experiential Marketing* dapat

dirasakan oleh konsumen dengan positif dan baik yaitu dalam hal saya merasakan JOOX telah melakukan sesuatu melebihi harapan saya. Karena pada kuisioner *Experiential Marketing* pertanyaan tersebut mendapatkan respon sangat baik paling sedikit dan JOOX kurang dari apa yang diharapkan oleh konsumen. Apabila *Experiential Marketing* maksimal dalam penerapannya akan berdampak positif bagi konsumen dan akan meningkatkan Minat Beli Ulang dalam menggunakan streaming musik JOOX.

2. Untuk Penelitian Selanjutnya

Saran bagi penelitian selanjutnya yaitu penelitian ini hanya meneliti *E-Service Quality* dan *Experiential Marketing* terhadap Minat Beli Ulang. Masih banyak faktor lainnya yang dapat mempengaruhi Minat Beli Ulang misalnya *Brand Image*, *Web Experience* dan *Elektronik Word of Mouth*. Disarankan bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah jumlah responden dan meneliti faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.