

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh *electronic word of mouth* dan *brand image* terhadap keputusan penggunaan Aplikasi Musik Spotify, Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Electronic word of mouth* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Aplikasi Musik Spotify
2. *Brand image* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Aplikasi Musik Spotify
3. *Electronic word of mouth* dan *brand image* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Aplikasi Musik Spotify

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran Spotify, maupun bagi peneliti selanjutnya. Saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Merekomendasikan Spotify, harus mempertahankan intensitas berinteraksi pada pengguna Aplikasi Musik Spotify dengan membalas komentar-komentar di media sosial, meningkatkan *electronic word of mouth* melalui media sosial dengan secara konsisten mengupload atau mengupdate informasi terbaru terkait dengan Aplikasi Musik Spotify kepada pengguna atau calon pengguna dan memperbaiki cara memberikan informasi terkait lagu-lagu terbaru kepada konsumen sehingga konsumen lebih memahami atau lebih mengerti lagu-lagu terbaru, hal-hal tersebut akan meningkatkan keputusan penggunaan pada Aplikasi Musik Spotify.
2. Merekomendasikan Spotify harus tetap mempertahankan fitur-fitur lagu yang sudah ada, harus meningkatkan *electronic word of mouth* melalui media sosial

dengan secara konsisten mengupload atau mengupdate informasi terbaru terkait dengan Aplikasi Musik Spotify kepada pengguna atau calon pengguna dan Spotify harus memperbaiki sistem Aplikasi Musik Spotify sehingga pada saat digunakan dapat berjalan dengan lancar, hal-hal tersebut akan sehingga meningkatkan keputusan penggunaan pada Aplikasi Musik Spotify.

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Dalam penelitian ini menggunakan variabel *electronic word of mouth* dan *brand image* terhadap keputusan penggunaan Aplikasi Musik Spotify. Untuk pengembangan mendatang masih memungkinkan untuk mengukur menambahkan variabel lain dan jumlah sampel penelitian.