

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Konsumen atas *Reliability* dan *Web Design* terhadap *Brand Preference* pada Spotify Premium dan JOOX VIP” ditemukan beberapa kesimpulan yang dapat ditarik oleh penulis adalah sebagai berikut.

1. Persepsi konsumen atas *reliability* Spotify Premium dan JOOX VIP

Persepsi konsumen atas *reliability* pada layanan streaming musik digital antara Spotify Premium dan JOOX VIP menunjukkan bahwa konsumen memiliki kecenderungan untuk memilih Spotify Premium dari segi *reliability* seperti kualitas suara, kemudahan sinkronisasi, dan kelengkapan lagu pada layanan *streaming* musik digital, hal ini dapat dibuktikan melalui hasil analisa kualitatif. Alasan responden lebih memilih Spotify Premium daripada JOOX VIP dari segi *reliability* karena kualitas suara yang diberikan oleh JOOX harus menggunakan data internet yang lebih besar bahkan harus menambahkan biaya lebih untuk menikmatinya, kelengkapan lagu pada JOOX VIP masih sangat kurang jika dibandingkan dengan Spotify dimana banyak responden merasa tidak menemukan lagu yang sedang dicarinya pada layanan JOOX VIP, dan kemudian dari proses sinkronisasi JOOX memerlukan usaha yang lebih susah dibandingkan dengan Spotify Premium.

2. Persepsi konsumen atas *web design* Spotify Premium dan JOOX VIP

Persepsi konsumen atas *web design* pada layanan streaming musik digital antara Spotify Premium dan JOOX VIP menunjukkan bahwa konsumen memiliki kecenderungan untuk memilih Spotify Premium dari segi *web design* seperti fitur layanan, tampilan layanan, kemudahan penggunaan dan kecepatan system pada layanan *streaming* musik digital, hal ini dapat dibuktikan melalui hasil analisa kualitatif. Alasan responden lebih memilih Spotify Premium daripada JOOX VIP dari segi *web design* karena fitur yang disediakan oleh JOOX terlalu banyak dan fitur tersebut dirasa sulit dalam penggunaannya, tampilan layanan JOOX terlalu ramai dan tidak sederhana sehingga responden lebih menyukai

tampilan dari Spotify, dari tampilan dan fitur yang terlalu banyak ini responden juga merasa bahwa penggunaan layanan ini lebih sulit dari pada Spotify dan dari segi kecepatan sistem, responden juga merasa bahwa ketika membuka layanan untuk masuk ke menu utama, waktu yang dibutuhkan untuk membuka JOOX lebih lama daripada Spotify namun hanya lebih lama beberapa detik saja.

3. Persepsi konsumen atas *brand preference* Spotify Premium dan JOOX VIP

Persepsi konsumen atas *brand preference* pada layanan streaming musik digital antara Spotify Premium dan JOOX VIP menunjukkan bahwa konsumen memiliki kecenderungan untuk memilih Spotify Premium.

4. Pengaruh *reliability* dan *web design* terhadap *brand preference* Spotify Premium dan JOOX VIP

Pada hasil persamaan regresi berganda variabel *Reliability* dan *web design* mempengaruhi *brand preference* pada Spotify Premium dan JOOX VIP dapat disimpulkan bahwa dimensi *reliability* memiliki besaran pengaruh yang lebih kecil daripada dimensi *web design* dalam mempengaruhi *brand preference* Spotify Premium dan JOOX VIP. Pengaruh dari kedua variabel tersebut bernilai positif dan memiliki nilai Sig. dibawah 0,05 yang berarti variabel *reliability* dan *web* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *brand preference* konsumen sehingga jika variabel *reliability* dan *web design* meningkat, maka *brand preferencenya* konsumen juga meningkat.

5. Atribut yang perlu dipertahankan, dibiarkan, dan ditingkatkan pada Spotify Premium dapat disimpulkan bahwa atribut kecepatan sistem pada dimensi *web design* sangat penting untuk ditingkatkan karena belum memenuhi keinginan konsumen, kemudian untuk atribut kualitas suara, kelengkapan lagu dan kemudahan penggunaan harus dipertahankan oleh Spotify Premium karena sudah memenuhi keinginan konsumen dan sisanya untuk atribut seperti fitur, tampilan, dan kemudahan sinkronisasi cukup dibiarkan saja karena atribut tersebut dianggap kurang penting bagi konsumen Spotify dan saat ini kinerja Spotify juga sudah cukup sesuai.

6. Atribut yang perlu dipertahankan, dibiarkan, dan ditingkatkan pada JOOX VIP dapat disimpulkan bahwa atribut kelengkapan lagu pada dimensi *reliability* sangat penting untuk ditingkatkan karena belum memenuhi keinginan

konsumen, kemudian untuk atribut kualitas suara, kecepatan sistem dan kemudahan penggunaan harus dipertahankan oleh JOOX VIP karena sudah memenuhi keinginan konsumen dan untuk atribut tampilan dibiarkan saja karena atribut tersebut dianggap kurang penting bagi konsumen JOOX VIP dan saat ini kinerja JOOX juga sudah sesuai, namun untuk atribut sisanya seperti fitur dan kemudahan sinkronisasi, JOOX VIP terlalu berlebihan dalam memberikan kinerjanya pada atribut tersebut padahal atribut tersebut tidak penting bagi konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Konsumen atas *Reliability* dan *Web Design* terhadap *Brand Preference* pada Spotify Premium dan JOOX VIP” serta dari beberapa kesimpulan yang sudah dipaparkan, penulis dapat memberikan saran sebagai berikut.

1. Spotify Premium

Saran untuk Spotify Premium adalah sebagai berikut.

- *Reliability*: perlu mempertahankan kinerjanya pada dimensi *reliability* seperti contohnya yaitu dengan terus meningkatkan kualitas audio dan memangkas data internet yang digunakan, terus bekerja sama dan mencari musisi/penyanyi baru untuk menyediakan karya-karya musiknya dan mengembangkan lebih lanjut *reliability* dari Spotify Premium dan menyediakan jenis-jenis lagu yang semakin luas dalam menggapai semua kalangan. Berdasarkan hasil IPA, Spotify Premium juga harus meningkatkan kecepatan sistemnya, mungkin bisa dilakukan dengan membuang fitur-fitur yang kurang berguna seperti fitur video klip maupun fitur *Waze navigation* dan memberatkan sistem pada aplikasi tersebut.
- *Web design*: perlu mempertahankan kinerjanya pada dimensi *web design* seperti contohnya melakukan pembaharuan tampilan yang mirip namun dengan model yang berbeda, menambahkan fitur-fitur yang bermanfaat bagi penggunanya seperti fitur karaoke misalnya, dan juga membentuk tampilan *web design* yang ringan sehingga perangkat elektronik apapun bisa menggunakan aplikasi ini.

- Variabel Lain: Spotify Premium juga perlu untuk mengembangkan kinerjanya pada dimensi lain, yaitu pada bagian customer service yang menjadi salah satu dimensi pada *E-ServQual*. Pada dimensi *customer service* Spotify perlu meningkatkan kinerjanya secara lebih, seperti misalnya dengan menyadakan fitur kritik dan saran pada aplikasi, menyediakan fitur layanan konsumen pada aplikasi dan tentunya dapat merespon dengan cepat apapun yang ditanyakan, disarankan maupun dikeluhkan oleh konsumen pada fitur tersebut, hal ini penting karena konsumen dapat merasa lebih dekat dengan Spotify Premium jika mereka bisa berkomunikasi langsung dan menyampaikan keluhan-keluhannya. Selain *customer service*, Spotify Premium juga perlu untuk meningkatkan dimensi *privacy/security* seperti misalnya membentuk sistem IT yang aman pada data penggunanya, membentuk keamanan IT pada aplikasi yang sulit untuk di retas, dan juga memberikan jaminan keamanan data maupun keamanan lainnya pada pengguna Spotify Premium. Tidak hanya itu, mungkin juga ada beberapa variabel lain yang penting juga untuk Spotify Premium perhatikan agar bisa tetap dipilih konsumen, misalnya dari segi harga yang lebih murah dari pesaingnya atau harga yang sama namun memiliki kelebihan yang lebih banyak dari pesaingnya.

2. JOOX VIP

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *reliability* dan *web design* dari JOOX VIP masih banyak kekurangannya jika dibandingkan dengan Spotify Premium. Maka dari itu sarannya adalah sebagai berikut.

- *Reliability*: JOOX VIP perlu meningkatkan kualitasnya pada dimensi *reliability* terlebih dahulu karena konsumen merasa bahwa dimensi inilah yang paling mudah untuk dirasakan oleh konsumen. Saran pada dimensi *reliability* ini didasarkan pada hasil IPA yang sudah dilakukan sehingga JOOX VIP harus mampu untuk meningkatkan kelengkapan lagu pada JOOX VIP, hal ini dapat dilakukan seperti misalnya dengan cara bekerja sama dengan banyak manajemen dari artis-artis industri musik untuk memasukan lagunya pada JOOX VIP, melakukan pencarian data secara terus menerus

untuk mengamati lagu-lagu baru yang muncul dari setiap negara dan berbagai genre agar bisa diberikan penawaran untuk memasukan lagunya di JOOX VIP, memudahkan syarat penginputan lagu pada aplikasi JOOX VIP, memberikan benefit yang lebih menarik untuk artis yang memasukan lagunya pada JOOX VIP, dan tentunya juga memperluas layanannya di seluruh dunia agar artis dari semua negara bisa memasukan lagunya pada JOOX VIP.

- *Web design*: JOOX VIP juga harus meningkatkan kinerjanya pada dimensi *web design* seperti menyesuaikan tampilan JOOX VIP pada keinginan konsumen saat ini dan juga sesuai dengan segmen yang ingin dituju oleh JOOX VIP, contohnya ialah tampilan yang sederhana, minimalis, rapi serta memiliki perpaduan warna yang elegan dan *classy* yang bisa dinikmati oleh berbagai kalangan baik kaum muda hingga yang sudah tua, atau meningkatkan kemudahan penggunaan JOOX VIP dengan menyusun *interface* yang tidak rumit dan mudah ditemukan. JOOX VIP juga perlu untuk melihat perkembangan *trend* desain yang disukai oleh konsumen seperti misalnya membuka situs *pinterest* yang menyediakan model-model desain yang sedang digemari oleh masyarakat yang bisa di sesuaikan Kembali dengan segmen yang ingin dituju oleh JOOX VIP sehingga desain tampilan dari JOOX VIP bisa menyesuaikan dengan tampilan yang diinginkan oleh konsumennya.

Disisi lain, JOOX VIP juga harus memperbaiki kinerjanya agar lebih efisien dan fokus, karena berdasarkan hasil kuadran IPA, JOOX VIP telah mengeluarkan pengeluaran yang tidak efisien pada atribut fitur layanan dan kemudahan sinkronisasi yang seharusnya pengeluaran tersebut bisa dialokasikan pada atribut-atribut yang lebih penting seperti kelengkapan lagu atau variabel lain diluar penelitian ini, maka dari itu JOOX VIP tidak perlu untuk meningkatkan kinerja fitur dan kemudahan sinkronisasi pada JOOX VIP secara berlebihan dan mulai berfokus pada pengembangan atau peningkatan pada atribut dan variabel lain yang dianggap penting bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Savitri, N.M., Yasa, N.N.Y, (2012). E-Service Quality Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Internet Banking. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. Vol.16, no.2.
- Amoako, G., Anabila, P., & Asare, E. (2016). Mediation role of brand preference on bank advertising and customer loyalty: a developing country perspective. *International Journal of Bank Marketing*, 5.
- APJII:Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa (2019, 15 Juni). Kompas.com. di akses melalui <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>, 22 September 2020
- Clarisa, S. (2018). Pengaruh Customer Experience Terhadap Brand Preference (Suatu Studi Komparasi Antara Maxx Coffee dan Starbucks).
- Ebrahim, R.S (2013). A Study of brand preference: an experiential view. London: Brunel Business School
- Faenkel, Jack.R. & Wallen, E.N. (1990) How to Design and Evaluate Research in Education USA. San Fransisco State University.
- Ghozali, I. (2013) Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guilford, J.P (1956) Fundamental Statistic in Psychology and Education. New York: Mc Graw-Hill Book Co. Inc
- Heise, D.R. (2006). The Semantic Differential and Attitude Research.
- Herranz, S., Clare, L., & Fion, C. (2018). Targeting Millenials Using Musik Streaming Musik Apps. Beijing: Ipsos.
- Issac, S. & Michael, W.B. (1984) Handbook in Research and Evaluation. San Diego: Edits
- Iswanca, R., R, Indira., & Sidiq, F. (2016). Pengaruh E-Service Quality Aplikasi Garuda Indonesia terhadap Customer Satisfaction Garuda Indonesia. e-Proceeding of Management, Vol. 3.
- JOOX atau Spotify, Mana Layanan Streaming Musik yang Terbaik Untukmu? (2020, 29 Mei). idntimes.com, di akses melalui

<https://www.idntimes.com/tech/trend/izza-namira-1/perbedaan-joox-dan-spotify/1>, 25 September 2020

JOOX (n.d). wikipedia.org, di akses melalui <https://id.wikipedia.org/wiki/JOOX>, 1 Oktober 2020

Kurniawan, D. (2018). Pengaruh Persepsi Konsumen Atas Marketing-Mix Terhadap Brand Preference (Suatu Studi Komparasi Antara PIXY dan Wardah pada Generasi Milenial di Kota Bandung).

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.

Ladhari, R. (2010). Developing E-Service Quality Scales: A Literatur Review. *Journal of Retailing and Customer Service*.

Laksana, F. (2008). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Lubis, S. S. (2018). Opini Mahasiswa Mengenai Perceived Quality Produk Aplikasi Straming Musik Spotify dan JOOX.

Maric, Aleksandar, Slavko & Jasna (2009). Contribution to the Improvement of Product Quality in Banking Industry. *International Journal of Quality Research* Vol.3 No.3.

Nathania, N. (2019). Analisis Pengaruh Electronic Service Quality terhadap Minat Pakai ulang situs belanja daring Lazada Indonesia di Kota Bandung.

Nazir, M. (1988). Metodologi Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia

Nemati, B., Gazor, H., Ashrafi, S. N., & Ameleh, K. N. (2001). Analyzing E-Service Quality in Service-Based Web by E-SERVQUAL.

Rahayu, E. (2018). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Customer Satisfaction dan E-Customer Loyalty pada Toko Online Shopee (Studi Kasus pada Pengguna Toko Online Shopee).

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: Seventh Edition*. United Kingdom: Wiley.

Spotify Masuk, Total Ada 8 Layanan Streaming Musik di Indonesia (2016, 31 Maret). Kompas.com. di akses melalui <https://tekno.kompas.com/read/2016/03/31/13140017/Spotify.Masuk.Total.Ada.8.Layanan.Streaming.Musik.di.Indonesia?page=all>, 25 September 2020

Spotify (n.d). wikipedia.org, di akses melalui <https://id.wikipedia.org/wiki/Spotify>, 1 Oktober 2020

- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa Edisi Pertama*. Yogyakarta: Bayu Media Publishing.
- Wisnalmawati. (2005). Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan terhadap Niat Pembelian Ulang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Jilid 10.
- Wolfenbarger, M., & Gilly, M. C. (2003). Etailq: Dimensionalizing, Measuring and Predicting Etail Quality. *Journal of Retailing*.
- Zeithaml, Valerie, A., & Bitner. (2000). *Service Marketing 2nd Edition: Integrating Customer Focus*. New York: McGraw-Hill Inc.
- Zeithaml, Valeria, A., Parasuraman, & A. Malhotra, (2002). *Service Quality Delivery Through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge*.