



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian dengan judul “Pengaruh *Special Event* Spotify *On Stage* 2018 Terhadap *Brand Image* Spotify Sebagai *Music Streaming Applications* (MSA)” ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *special event* Spotify *On Stage* 2018 terhadap *brand image* Spotify sebagai industri *Music Streaming Applications* (MSA) dan seberapa besar pengaruhnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner kepada responden.

Berdasarkan hasil olahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 25 dengan menyebarkan kuesioner secara *online* dan *offline* kepada 400 orang responden yang merupakan mahasiswa di Jakarta, berikut adalah paparan kesimpulan yang diperoleh:

1. Adanya pengaruh antara *special event* Spotify *On Stage* 2018 terhadap *brand image* Spotify sebagai *Music Streaming Applications* (MSA) di kalangan mahasiswa Jakarta, terbukti dari nilai signifikansi pada tabel uji Anova yang diperoleh, yaitu $0,000 < 0,05$ (H_0 ditolak, H_a diterima).

2. Hasil uji regresi pada penelitian ini menunjukkan pengaruh antara *special event* Spotify *On Stage* 2018 terhadap *brand image* Spotify sebagai *Music Streaming Applications* (MSA) di kalangan mahasiswa Jakarta sebesar 36,9% .

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian yang berjudul “Pengaruh *Special Event* Spotify *On Stage* 2018 Terhadap *Brand Image* Spotify Sebagai *Music Streaming Applications* (MSA)” ini menggunakan metode penelitian kuantitatif ini disadari masih terdapat beberapa kekurangan, baik dari segi penulisan, sumber informasi dan sumber data dalam penelitian ini. Oleh karena itu, untuk penelitian serupa yang akan dilakukan selanjutnya, diharapkan dapat menggali informasi lebih detil dengan menggunakan metode penelitian yang lain seperti kualitatif atau *mix method*.

Bila pada penelitian ini, hasil dari pengaruh *special event* Spotify *On Stage* 2018 terhadap *brand image* Spotify sebagai in MSA sebesar 36,9% dengan 63,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat mencari tahu faktor lainnya yang mempengaruhi *brand image* tersebut.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil pengolahan data pada penelitian ini, dapat terlihat bahwa para responden yang merupakan mahasiswa di Jakarta ini menyukai *special event* Spotify *On Stage* 2018 yang diadakan oleh Spotify, terbukti dari banyaknya jawaban responden yang menjawab “setuju” terkait dengan pernyataan variabel X atau *special event*. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa pernyataan yang mendapat jawaban “tidak setuju” terkait dengan tema dan pemilihan. Oleh karena itu, untuk para pelaku yang berada di industri *Music Streaming Application* (MSA) terutama Spotify diharapkan dapat lebih memperhatikan setiap detil dari jalannya acara dan lebih menambahkan hal-hal unik sehingga dapat berbekas di hati para pengunjung setelah *special event* selesai.

