

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Program *Customer Relationship Management “Discover Weekly” Playlist Terhadap Loyalitas Pelanggan*” yang telah dipaparkan di pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yang menjadi jawaban dari masalah penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Melalui uji regresi linear sederhana, hasilnya terdapat pada tabel ANOVA dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai alpha 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. H_0 penelitian ini adalah tidak ada pengaruh antara program *customer relationship management “Discover Weekly” playlist* terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan H_1 penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara program *customer relationship management “Discover Weekly” playlist* terhadap loyalitas pelanggan. Dapat disimpulkan terdapat pengaruh antara program *customer relationship management “Discover Weekly” playlist* terhadap loyalitas pelanggan.
2. Berdasarkan nilai *R square* atau koefisien determinasi pada uji regresi linear sederhana, didapatkan angka 0,332 yang berarti besar pengaruh program *customer relationship management “Discover Weekly” playlist* terhadap loyalitas pelanggan adalah 33,2%. Hal ini juga

menandakan 66,8% faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan hasil penelitian yang dijelaskan sebelumnya, ada beberapa saran secara akademis yang dapat disampaikan. Penelitian ini berfokus pada program *customer relationship management* “*Discover Weekly*” Spotify terhadap loyalitas pelanggan dan memiliki hasil yang cukup signifikan. Maka disarankan penelitian berikutnya dapat melakukan analisis terhadap faktor lain selain *customer relationship management* seperti peran *influencer* yang berpotensi mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam memilih Spotify menjadi *platform streaming* musik.

5.2.2 Saran Praktis

1. Hasil dan kesimpulan penelitian ini, terbukti bahwa mayoritas responden menjawab setuju dan sangat setuju pada pernyataan dalam kuisisioner. Sehingga hal ini dapat menjadi acuan Spotify untuk tetap mempertahankan program- program dengan konsep *customer relationship management* untuk membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan.
2. Saran berikutnya adalah besaran pengaruh program *customer relationship management* “*Discover Weekly*” *playlist* terhadap loyalitas pelanggan adalah 33,2% yang artinya terdapat 66,8% faktor lain yang juga dapat memberikan pengaruh kepada loyalitas pelanggan. Maka dari itu, disarankan untuk Spotify dapat mengembangkan inovasi dalam program “*Discover Weekly*” supaya lebih interaktif dengan para penggunanya untuk

dapat memenuhi 66,8% tersebut, sehingga bukan hanya Spotify mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah ada tapi juga menarik pelanggan yang baru.