

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan penelitian mengenai Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Menggunakan Spotify Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Daya Tarik Iklan secara parsial memiliki pengaruh terhadap Minat Menggunakan Spotify Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Hal ini dilihat melalui hasil uji t yang telah dilakukan dan disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima dan terbukti kebenarannya.
2. Citra Merek secara parsial memiliki pengaruh terhadap Minat Menggunakan Spotify Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Hal ini dilihat melalui hasil uji t yang telah dilakukan dan disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima dan terbukti kebenarannya.
3. Daya Tarik Iklan dan Citra Merek berpengaruh secara simultan terhadap Minat Menggunakan Spotify Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Hal ini dilihat melalui hasil uji F yang telah dilakukan dan disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima dan terbukti kebenarannya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pihak Pengembang Spotify

Untuk meningkatkan minat pengguna terhadap Spotify, perusahaan perlu fokus pada inovasi konten dalam iklan, seperti melakukan kolaborasi dengan artis atau meluncurkan kampanye musiman yang dapat menarik perhatian. Selain itu, penting untuk menguji berbagai format iklan (seperti video, audio, dan iklan interaktif) dan menganalisis mana yang paling efektif. Meningkatkan minat juga bisa dilakukan dengan menciptakan lebih banyak konten eksklusif melalui kolaborasi dengan artis, seperti sesi live streaming atau podcast mendalam, yang dapat memperkuat koneksi emosional antara merek dan pengguna. Selain itu, pengembang perlu menambahkan fitur menarik lainnya untuk menjaga kualitas citra merek yang sudah ada. Ini akan membantu mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap Spotify dan meningkatkan minat serta kemungkinan mereka untuk menggunakan layanan. Selain daftar putar, fitur tambahan seperti kemampuan melihat lirik lagu yang sedang diputar juga dapat membuat aplikasi lebih menarik dan mendorong pengguna untuk lebih sering menggunakannya.

2. Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, penelitian ini memiliki keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk mendapatkan hasil penelitian

yang lebih baik yaitu, diharapkan ke depan penelitian ini dapat diperluas dengan menambahkan variabel independen seperti harga, kepercayaan merek dan persepsi kualitas. Hal ini juga dapat dilakukan dengan menghubungkannya dengan variabel dependen lainnya seperti keputusan menggunakan. Setelah ditetapkan bahwa konsumen tertarik, variabel keputusan menggunakan dapat dipertimbangkan.



THE *Character Building*
UNIVERSITY