

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang peneliti lakukan kepada konsumen pengguna *Spotify* di Kota Bekasi dengan model UTAUT 2 maka kesimpulan yang dapat diuraikan sebagai berikut yaitu:

Terdapat perbedaan Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi Memfasilitasi, Motivasi Hedonis, Nilai Harga, dan Kebiasaan Pada Jenis Langganan Musik *Spotify* dengan layanan gratis (*free*) dan membayar (*premium*) menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2), dari hasil uji beda menggunakan *Independent Sampel T-test* yaitu terdapat nilai *t* hitung lebih besar dari *t* tabel dengan nilai  $5,535 > 1,652$ , maka tolak  $H_0$  terima  $H_a$ .

Untuk hasil nilai Sig.(2- tailed)  $0,000 < 0,05$ , hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan pada jenis musik *Spotify* pada pengguna *premium* dan *free* menggunakan model UTAUT 2 dan memiliki perbedaan dengan nilai rata-rata tertinggi pada Ekpektasi Kinerja. Sedangkan untuk nilai rata-rata terendah pada pengguna *premium* terdapat pada faktor Ekpektasi Usaha sedangkan untuk nilai rata-rata terendah pengguna *free* terdapat pada faktor Kebiasaan, untuk nilai rata-rata tertinggi dari kedua layanan tersebut terdapat pada pengguna *premium*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pengolahan data diatas, maka saran untuk jenis layanan musik di Spotify adalah:

Dilihat dari hasil nilai rata-rata pada faktor UTAUT 2 terdapat nilai rata-rata tertinggi yaitu pada faktor Ekpektasi Kinerja yang berarti bahwa kinerja pada layanan spotify, *genre* musik, artis lokal dan luar negeri serta musik yang *uptodate* harus terus di pertahankan untuk kedepannya yang berarti bahwa kinerja pada layanan Spotify sudah dapat memberikan hasil yang sangat baik terhadap pengguna musik dengan layanan *premium* dan *free* pada musik Spotify.

Untuk nilai rata-rata terendah pada pengguna *premium* terdapat pada faktor Ekpektasi Usaha, adanya fitur yang lengkap harus bisa memudahkan pengguna dalam mengaplikasikan fitur layanan musik tersebut sehingga mudah dipahami dan di gunakan untuk kedepannya. sedangkan untuk nilai rata-rata terendah pengguna *free* terdapat pada faktor Kebiasaan, oleh karena itu layanan *free* pada musik Spotify harus mampu memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga konsumen merasa Spotify merupakan sebuah destinasi utama untuk mendengarkan musik berulang kali sehingga menjadi sebuah kebiasaan. Sehingga faktor-faktor perilaku konsumen seperti Ekpektasi Kinerja, Ekpektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi Memfasilitasi, Motivasi Hedonis, Nilai Harga dan Kebiasaan pada pengguna layanan musik dengan jenis *premium* dan *free* lebih baik lagi untuk kedepannya.