

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai Pengaruh *Brand Familiarity* dan *Perceived Quality* terhadap *Brand Loyalty* pada Layanan *Premium Music Streaming Spotify* di Jakarta. Maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *Brand Familiarity*(X1) terhadap *Brand Loyalty*(Y) pada pengguna aktif 3 bulan terakhir *Sportify premium*. Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian hasil t hitung lebih besar dari t table dan nilai sig lebih kecil dari 0,05 dengan besar pengaruh 0,524 atau 52,4,0%
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *Perceived Quality* (X2) terhadap *Brand Loyalty*(Y) pada pengguna aktif 3 bulan terakhir *Sportify premium*. Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian hasil t hitung lebih besar dari t table dan nilai sig lebih kecil dari 0,05 dengan besar pengaruh 0,514 atau 51,4%
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *Brand Familiarity*(X1) dan *Perceived Quality* (X2) terhadap *Brand Loyalty*(Y) pada pengguna aktif 3 bulan terakhir *Sportify premium*. Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian hasil t hitung lebih besar dari t table dan nilai sig lebih kecil dari 0,05 dengan besar pengaruh 0,212 atau 21,2%

## 5.2 Saran

Meskipun peneliti telah menyusun penelitian dengan sebaikbaiknya tetapi masih saja banyak kekurangan dalam penelitian ini dengan segala keterbatasannya.

Berikut adalah berbagai saran yang diajukan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian :

1. Untuk dapat meningkatkan *Brand Familiarity (X1)* terhadap *Brand Loyalty(Y)* pada pengguna *Spotify premium* 3bulan terakhir yaitu agar lebih dapat meningkatkan kembali keakraban, pengetahuan, dan pengalaman konsumen.
2. Untuk dapat meningkatkan *Perceived Quality (X2)* terhadap *Brand Loyalt (Y)* pihak spotify dengan adanya pelayanan premium disarankan pihak spotify lebih menjaga kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap spotify yang dihasilkan dengan memiliki kualitas pelayanan yang baik.
3. Untuk dapat meningkatkan *Brand Loyalty (X1) Perceived Quality (X2) Brand Loyalt (Y)* terhadap pada *Spotify* Hendaknya Membuat harga premium yang normal supaya konsumen loyal dan selalu upgrade aplikasi sesuai dengan kebutuhan customer dimasa kini.