BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari pembahasan di atas, Peneliti menarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh efektivitas iklan podcast horor terhadap keputusan pembelian Spotify premium. Untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian ini yakni Seberapa besar pengaruh efektivitas iklan podcast horror terhadap keputusan pembelian Spotify premium pada followers komunitas "SHARING PLAYLIST AND MUSIC" adalah sebesar 60%. Sisanya, 40% keputusan pembelian Spotify premium dipengaruhi oleh variabel independen lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian statistik dan pembahasan yang dijabarkan, Peneliti menyimpulkan bahwa efektivitas iklan podcast horor memiliki arah pengaruh yang positif dan signifikan (nyata) terhadap keputusan pembelian Spotify premium. Jika efektivitas iklan podcast horor baik, maka keputusan pembelian Spotify premium akan meningkat. Sebaliknya, jika efektivitas iklan podcast horor buruk, maka keputusan pembelian Spotify premium akan menurun dan ditandai H_1 diterima pada penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, adapun saran yang Peneliti sampaikan. Terdiri atas saran akademis dan saran praktis berikut ini :

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini dapat dikembangkan untuk penelitian selanjutnya dengan perubahan variabel independen diluar efektivitas iklan podcast horor. Jika penelitian selanjutnya ingin memakai konsep dan objek yang sama, disarankan untuk menguji teori lain yang baru dan lebih relevan.

5.2.2 Saran Praktis

Dari penelitian di atas, Peneliti mengharapkan iklan podcast horor yang disiarkan oleh Spotify merancang iklan lebih menarik dan menggunakan elemen yang lebih kuat untuk meninggalkan kesan yang membekas bagi para pendengar dan mempertimbangkan segmentasi pengguna Spotify berdasarkan perilaku, minat, dan kebutuhan pengguna.