

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP NIAT PAKAI  
ULANG SOUNDCLOUD PADA GENERASI MILENIAL DI  
INDONESIA**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen

**Oleh:**

**Rivky Kristian Putra Ram Pratama**

**2017120088**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN  
Terakreditasi oleh BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018  
BANDUNG  
2021**

**THE EFFECT OF PRODUCT ATTRIBUTES TO INTENTION  
OF SOUNDCLOUD RE-USE AT MILLENNIAL  
GENERATIONS IN INDONESIA**



**UNDERGRADUATE THESIS**

Submitted to complete part of the requirements for Bachelor's Degree  
in Management

**By:**

**Rivky Kristian Putra Ram Pratama**

**2017120088**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY  
FAKULTY OF ECONOMICS  
PROGRAM IN MANAGEMENT  
Accredited by BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018  
BANDUNG  
2021**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



**PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP NIAT PAKAI ULANG  
SOUNDCLOUD PADA GENERASI MILENIAL DI INDONESIA**

Oleh:

**Rivky Kristian Putra Ram Pratama**  
2017120088

Bandung, 29 Juli 2021

Ketua Program Sarjana Manajemen,

Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA.

Pembimbing Skripsi,

Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs., M.Si.

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Rivky Kristian Putra Ram Pratama  
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 14 Mei 1999  
Nomor Pokok Mahasiswa (NPM) : 2017120088  
Program Studi : Manajemen  
Jenis naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP NIAT PAKAI ULANG SOUNDCLOUD PADA GENERASI MILENIAL DI INDONESIA**

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan Bapak **Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs., M.Si.**

## MENYATAKAN

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri:

1. Apapun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta atau yang disebut, plagiat (*plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU. No.20 Tahun 2003:  
Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau cokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70: Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal: 21 Juli  
2021

Pembuat Pernyataan:



(Rivky Kristian Putra Ram  
Pratama)

## ABSTRAK

Pada zaman sekarang musik tidak bisa dipisahkan dengan kehidupan sehari-hari. Alat untuk mendengarkan musik pun berkembang dari konvensional menjadi modern. Bermunculan aplikasi-aplikasi musik, salah satunya yang menjadi pelopor adalah SoundCloud. Walaupun, SoundCloud adalah pelopor dan salah satu aplikasi musik terlama, tetapi tetap tidak bisa jadi pemimpin pasar di Indonesia. Berdasarkan hasil dari penelitian pendahuluan ditemukan gejala adanya kekurangan terhadap atribut produk yang menjadi alasan kenapa pengguna enggan untuk memakai SoundCloud lagi maka, penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pendapat konsumen terhadap masing-masing dimensi dalam atribut produk, niat pakai ulang, dan pengaruh masing-masing dimensi atribut produk terhadap niat pakai ulang. Jenis penelitian ini adalah *applied research* dan dengan metode *explanatory research*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang yang diteliti menggunakan *judgement sampling* dengan kriteria generasi milenial (1980 - 2000) yaitu, orang dengan umur berkisar dari 21 sampai 41, suka mendengar musik, dan pernah memakai aplikasi SoundCloud. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang dianalisis secara deskriptif dan diolah dengan uji regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini adalah dari 6 dimensi yang digunakan dalam atribut produk (*functional suitability*, *usability*, *reliability*, *maintainability*, *portability*, dan desain). Ditemukan 3 dimensi tidak berpengaruh dan tidak signifikan, yaitu *functional suitability*, *usability*, dan *maintainability*. Sedangkan, 3 dimensi yang lain yaitu, *reliability*, *portability*, dan desain berpengaruh dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap niat pakai ulang SoundCloud.

Kata kunci: atribut produk, *functional suitability*, *usability*, *reliability*, *maintainability*, *portability*, desain, dan niat pakai ulang.

## **ABSTRACT**

*In this day and age, music cannot be separated from everyday life. Tools for listening to music have evolved from conventional to modern. Music applications have sprung up, one of which is SoundCloud. Although SoundCloud is a pioneer and one of the oldest music applications, it still cannot be the market leader in Indonesia. Based on the results of the preliminary research, it was found that there are symptoms of deficiencies in product attributes which are the reason why users are reluctant to use SoundCloud again, the authors are interested in conducting this research.*

*The purpose of this study was to determine how consumers' opinions of each dimension in product attributes, re-use intentions, and the influence of each dimension of product attributes on re-use intentions. This type of research is applied research and the method of explanatory research. This study is a quantitative study with a sample of 100 people who were studied using judgment sampling with the criteria of the millennial generation (1980 - 2000), namely, people with ages ranging from 21 to 41, like listening to music and have used the SoundCloud application. Data was collected using a questionnaire which was analyzed descriptively and processed by a multiple linear regression test.*

*The results of this study are the 6 dimensions used in product attributes (functional suitability, usability, reliability, maintainability, portability, and design). It was found that 3 dimensions had no effect and were not significant, namely functional suitability, usability, and maintainability. Meanwhile, the other 3 dimensions, namely, reliability, portability, and design have a partial and significant effect and are partially and simultaneously on the intention to reuse SoundCloud.*

*Keywords: product attributes, functional suitability, usability, reliability, maintainability, portability, design, and intention to reuse.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Niat Pakai Ulang SoundCloud Pada Generasi Milenial di Indonesia” yang disusun untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari doa, bantuan, dukungan, bimbingan dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua Orang tua dan keluarga besar, yang telah memberikan dukungan baik moral dan materil, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si., selaku dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan yang saya hormati.
3. Ibu Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA., selaku Ketua Program Studi Jurusan S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan yang saya hormati.
4. Bapak Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs., M.Si., selaku dosen pembimbing yang memberi arahan dan bimbingan dalam pembuatan skripsi dari awal hingga selesai.
5. Ibu Annisa Novieningtyas, SE., MSM., dan Ibu Elaine Vashti Bestari Kustedja, S.E., M.A., selaku dosen wali yang tanpa lelah membantu dan mengarahkan penulis selama menjalani masa perkuliahan.
6. Seluruh Pimpinan, Dosen, dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan, yang telah membantu penulis untuk berkembang dan menjalani proses selama masa perkuliahan.
7. CV. Albesta, yang telah memberikan kesempatan untuk penulis menjalankan proses magang.

8. Aldi Wijaya, Henry Novan, dan Grady Riquela, selaku sahabat yang menemani dan mendukung penulis selama ini.
9. Aryo Bimantoro, Audy Yohanes Jusup, Michael Gian, Valeri Sunardi Halim, dan Yohanes Anthony, selaku teman baik dan mentor yang membantu dan mengajari penulis selama masa perkuliahan.
10. Alvin Kurniawan, Chrisostomus Galang, Christopherus Marcello, Evan Abilio, Jason Tan, Samuel Pijar, Sandi Aditha, dan Yolanda Irawan, selaku teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi.
11. Clara Mawarsari, Florencia Edgina, Fransiska Devara, Ivan Sunarya, Michael Setiajayadi, dan Wisnu Sandyawawan, selaku teman main penulis yang menemani selama masa perkuliahan.
12. Keraton SB, New Pham, dan seluruh teman penulis, yang menemani dan membantu dari hari pertama masa perkuliahan.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat membantu memberikan manfaat dan pengetahuan bagi para pembaca. Penulis juga menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan, oleh karena itu masukan dan saran akan selalu penulis terima dengan senang hati.

Bandung, 31 Juli 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
1 BAB 1 .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah Penelitian .....	16
1.3. Tujuan Penelitian.....	17
1.4. Kegunaan Penelitian .....	18
1.5. Kerangka Pemikiran .....	18
1.6. Hipotesis Penelitian .....	23
2 BAB 2 .....	25
2.1. Generasi Milenial .....	25
2.2. Atribut Produk.....	25
2.2.1. Functional Suitability .....	29
2.2.2. Usability .....	29
2.2.3. Reliability .....	30
2.2.4. Maintainability .....	30
2.2.5. Portability.....	31
2.2.6. Desain.....	32
2.3. Niat Pakai Ulang .....	32
3 BAB 3 .....	35
3.1. Metode dan Jenis Penelitian .....	35
3.1.1. Sumber Data.....	35
3.1.2. Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.1.3. Populasi dan Sampel Penelitian .....	36
3.1.4. Ukuran Sampel.....	37
3.1.5. Operasional Variabel.....	37
3.1.6. Teknik Pengukuran Variabel .....	41
3.1.7. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	42
3.2. Teknik Pengolahan dan Analisa Data.....	50

3.2.1.	Uji Normalitas .....	50
3.2.2.	Uji Multikolinearitas .....	50
3.2.3.	Uji Heteroskedastisitas .....	50
3.2.4.	Uji Regresi Linier Berganda .....	51
3.2.5.	Uji F .....	52
3.2.6.	Uji T .....	52
3.2.7.	Uji Koefisien Determinasi ( <i>r-square</i> ) .....	52
3.3.	Objek Penelitian .....	52
3.3.1.	Profil Perusahaan .....	52
3.3.2.	Profil Responden .....	53
4	BAB 4 .....	58
4.1.	Analisis Pendapat Responden Mengenai Atribut Produk SoundCloud .	58
4.1.1.	Pendapat Responden Mengenai Functional Suitability.....	58
4.1.2.	Pendapat Responden Mengenai Usability.....	64
4.1.3.	Pendapat Responden Mengenai Reliability .....	68
4.1.4.	Pendapat Responden Mengenai Maintainability.....	71
4.1.5.	Pendapat Responden Mengenai Portability .....	75
4.1.6.	Pendapat Responden Mengenai Desain .....	79
4.2.	Pendapat Responden Mengenai Niat Pakai Ulang SoundCloud .....	84
4.3.	Hasil dari Teknik Pengolahan dan Analisa Data.....	87
4.3.1.	Hasil Uji Normalitas .....	87
4.3.2.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	88
4.3.3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	89
4.3.4.	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	90
4.3.5.	Hasil Uji F.....	91
4.3.6.	Hasil Uji T.....	92
4.3.7.	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	94
5	BAB 5 .....	95
5.1.	Kesimpulan.....	95
5.2.	Saran .....	98
	DAFTAR PUSTAKA .....	101
	LAMPIRAN .....	105
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	119

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1 Hasil Jawaban dari Alasan Responden Mengenai Pernah atau Tidak Memakai Aplikasi Platform SoundCloud.</b> .....	12
<b>Tabel 1.2 Hasil Jawaban dari Alasan Responden Mengenai Tidak Lagi Memakai Aplikasi Platform SoundCloud.</b> .....	13
<b>Tabel 2.1 Rekap Tahun Kelahiran Generasi Milenial Menurut Berbagai Teori dari Para Peneliti</b> .....	25
<b>Tabel 2.2 Dimensi Atribut Produk</b> .....	26
<b>Tabel 2.3 Indikator Niat Pakai Ulang</b> .....	33
<b>Tabel 3.1 Indikator Atribut Produk (X)</b> .....	38
<b>Tabel 3.2 Indikator Atribut Produk (Y)</b> .....	40
<b>Tabel 3.3 Tabel Kriteria Data</b> .....	41
<b>Tabel 3.4 Uji Validitas – Functional Suitability (X1)</b> .....	42
<b>Tabel 3.5 Uji Validitas – Usability (X2)</b> .....	43
<b>Tabel 3.6 Uji Validitas – Reliability (X3)</b> .....	44
<b>Tabel 3.7 Uji Validitas – Maintainability (X4)</b> .....	45
<b>Tabel 3.8 Uji Validitas – Portability (X5)</b> .....	46
<b>Tabel 3.9 Uji Validitas – Desain (X6)</b> .....	47
<b>Tabel 3.10 Uji Validitas – Niat Pakai Ulang (Y)</b> .....	48
<b>Tabel 3.11 Uji Reliabilitas</b> .....	49
<b>Tabel 4.1 Hasil Rata-rata Kuesioner X1.1</b> .....	58
<b>Tabel 4.2 Hasil Rata-rata Kuesioner X1.2</b> .....	60
<b>Tabel 4.3 Hasil Rata-rata Kuesioner X1.3</b> .....	60
<b>Tabel 4.4 Hasil Rata-rata Kuesioner X1.4</b> .....	60
<b>Tabel 4.5 Hasil Rata-rata Kuesioner X1.1</b> .....	62
<b>Tabel 4.6 Hasil Rata-rata Kuesioner X1.6</b> .....	62
<b>Tabel 4.7 Hasil Bobot Rata-rata X1</b> .....	63
<b>Tabel 4.8 Hasil Rata-rata Kuesioner X2.1</b> .....	64
<b>Tabel 4.9 Hasil Rata-rata Kuesioner X2.2</b> .....	64
<b>Tabel 4.10 Hasil Rata-rata Kuesioner X2.3</b> .....	65
<b>Tabel 4.11 Hasil Rata-rata Kuesioner X2.4</b> .....	65
<b>Tabel 4.12 Hasil Rata-rata Kuesioner X2.5</b> .....	66
<b>Tabel 4.13 Hasil Bobot Rata-rata X2</b> .....	67
<b>Tabel 4.14 Hasil Rata-rata Kuesioner X3.1</b> .....	68
<b>Tabel 4.15 Hasil Rata-rata Kuesioner X3.2</b> .....	68
<b>Tabel 4.16 Hasil Rata-rata Kuesioner X3.3</b> .....	69
<b>Tabel 4.17 Hasil Rata-rata Kuesioner X3.4</b> .....	69
<b>Tabel 4.18 Hasil Rata-rata Kuesioner X3.5</b> .....	70
<b>Tabel 4.19 Hasil Bobot Rata-rata X3</b> .....	70
<b>Tabel 4.20 Hasil Rata-rata Kuesioner X4.1</b> .....	72
<b>Tabel 4.21 Hasil Rata-rata Kuesioner X4.2</b> .....	72
<b>Tabel 4.22 Hasil Rata-rata Kuesioner X4.3</b> .....	72

<b>Tabel 4.23 Hasil Rata-rata Kuesioner X4.4</b> .....	73
<b>Tabel 4.24 Hasil Bobot Rata-rata X4</b> .....	74
<b>Tabel 4.25 Hasil Rata-rata Kuesioner X5.1</b> .....	75
<b>Tabel 4.26 Hasil Rata-rata Kuesioner X5.2</b> .....	76
<b>Tabel 4.27 Hasil Rata-rata Kuesioner X5.3</b> .....	76
<b>Tabel 4.28 Hasil Rata-rata Kuesioner X5.4</b> .....	78
<b>Tabel 4.29 Hasil Bobot Rata-rata X5</b> .....	78
<b>Tabel 4.30 Hasil Rata-rata Kuesioner X6.1</b> .....	79
<b>Tabel 4.31 Hasil Rata-rata Kuesioner X6.2</b> .....	79
<b>Tabel 4.32 Hasil Rata-rata Kuesioner X6.3</b> .....	80
<b>Tabel 4.33 Hasil Rata-rata Kuesioner X6.4</b> .....	82
<b>Tabel 4.34 Hasil Rata-rata Kuesioner X6.5</b> .....	82
<b>Tabel 4.35 Hasil Rata-rata Kuesioner X6.6</b> .....	82
<b>Tabel 4.36 Hasil Bobot Rata-rata X6</b> .....	83
<b>Tabel 4.37 Hasil Rata-rata Kuesioner Y.1</b> .....	84
<b>Tabel 4.38 Hasil Rata-rata Kuesioner Y.2</b> .....	84
<b>Tabel 4.39 Hasil Rata-rata Kuesioner X.3</b> .....	85
<b>Tabel 4.40 Hasil Rata-rata Kuesioner Y.4</b> .....	86
<b>Tabel 4.41 Hasil Bobot Rata-rata Y</b> .....	86
<b>Tabel 4.42 Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov</b> .....	88
<b>Tabel 4.43 Hasil Uji Multikolinearitas</b> .....	89
<b>Tabel 4.44 Hasil Uji Heteroskedastisitas</b> .....	89
<b>Tabel 4.45 Hasil Uji Regresi Linier Berganda (Variabel yang Berpengaruh)</b> .....	90
<b>Tabel 4.46 Hasil Uji Regresi Linier Berganda (Variabel yang Tidak Berpengaruh)</b> .....	90
<b>Tabel 4.47 Hasil Uji F (ANOVA)</b> .....	91
<b>Tabel 4.48 Hasil Uji T (Berpengaruh)</b> .....	92
<b>Tabel 4.49 Hasil Uji T (Tidak Berpengaruh)</b> .....	93
<b>Tabel 4.50 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R-Square)</b> .....	94

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1 Pengguna Internet 2019-2020(Q2) berdasarkan umur.....</b>	<b>2</b>
<b>Gambar 1.2 Konten Internet yang Sering di Kunjungi .....</b>	<b>3</b>
<b>Gambar 1.3 Tingkat Seluruh Pengguna SoundCloud yang Terdaftar dari Tahun 2012 – 2019. ....</b>	<b>4</b>
<b>Gambar 1.4 Tingkat Pendengar Bulanan SoundCloud dari Tahun 2012 – 2019.....</b>	<b>4</b>
<b>Gambar 1.5 Aplikasi Mendengar Musik Yang Paling Sering Digunakan di Indonesia Tahun 2014.....</b>	<b>5</b>
<b>Gambar 1.6 Survei Online Music Streaming Indonesia pada 2018 Menurut Dailysocial.id Tentang Pemakai Gratis.....</b>	<b>6</b>
<b>Gambar 1.7 Survei Online Music Streaming Indonesia pada 2018 Menurut Dailysocial.id Tentang Pemakai Berbayar. ....</b>	<b>6</b>
<b>Gambar 1.8 Grafik Statistika Tingkat Aplikasi Musik Terpopuler di Indonesia pada Kuartir Pertama Tahun 2019.....</b>	<b>7</b>
<b>Gambar 1.9 Grafik Tentang Statistik Kepuasan Pengguna yang berdampak pada Loyalitas dan Bersedia Merekomendasikan Platform Musik.....</b>	<b>7</b>
<b>Gambar 1.10 Rating SoundCloud pada Aplikasi Appstore.....</b>	<b>8</b>
<b>Gambar 1.11 Reviews SoundCloud pada Aplikasi Appstore. ....</b>	<b>8</b>
<b>Gambar 1.12 Reviews SoundCloud pada Aplikasi Appstore. ....</b>	<b>8</b>
<b>Gambar 1.13 Rating SoundCloud pada Aplikasi Play Store.....</b>	<b>9</b>
<b>Gambar 1.14 Reviews SoundCloud pada Aplikasi Play Store.....</b>	<b>9</b>
<b>Gambar 1.15 Reviews SoundCloud pada Aplikasi Play Store.....</b>	<b>9</b>
<b>Gambar 1.16 Preliminary Research Penulis .....</b>	<b>1</b>
<b>Gambar 1.17 Hasil Jawaban dari Alasan Responden Mengenai Tidak Lagi Memakai Aplikasi Platform SoundCloud.....</b>	<b>12</b>
<b>Gambar 1.18 Model Penelitian .....</b>	<b>23</b>
<b>Gambar 3.1 Logo SoundCloud pada Aplikasi Appstore.....</b>	<b>53</b>
<b>Gambar 3.2 Pie Chart Usia Responden. ....</b>	<b>54</b>
<b>Gambar 3.3 Pie Chart Jenis Kelamin Responden .....</b>	<b>54</b>
<b>Gambar 3.4 Pie Chart Mengenai Suka atau Tidaknya Responden Mendengar Musik. ....</b>	<b>55</b>
<b>Gambar 3.5 Media Mendengarkan Musik Yang Digunakan Responden ....</b>	<b>55</b>
<b>Gambar 3.6 Pie Chart Mengenai Pernah atau Tidaknya Responden Menggunakan Aplikasi SoundCloud. ....</b>	<b>56</b>
<b>Gambar 3.7 Aplikasi Layanan Musik Yang digunakan Responden Saat Ini. ....</b>	<b>56</b>
<b>Gambar 3.8 Alasan Responden Menggunakan Aplikasi Layanan Musik Lain.....</b>	<b>57</b>
<b>Gambar 4.1 Tampilan Playlist SoundCloud di IOS. ....</b>	<b>59</b>
<b>Gambar 4.2 Tampilan Playlist SoundCloud di Android.....</b>	<b>59</b>

<b>Gambar 4.3</b>	<b>Tampilan Fitur Search SoundCloud di IOS.</b>	62
<b>Gambar 4.4</b>	<b>Tampilan Fitur Search SoundCloud di Android.</b>	62
<b>Gambar 4.5</b>	<b>Layanan Pusat Bantuan SoundCloud.</b>	74
<b>Gambar 4.6</b>	<b>Perangkat Yang Kompatibel Dengan SoundCloud.</b>	75
<b>Gambar 4.7</b>	<b>Informasi Spesifikasi SoundCloud di Appstore.</b>	77
<b>Gambar 4.8</b>	<b>Informasi Spesifikasi SoundCloud di Play Store.</b>	77
<b>Gambar 4.9</b>	<b>Warna Yang Dipakai Pada Web SoundCloud.</b>	80
<b>Gambar 4.10</b>	<b>Tampilan Layout SoundCloud di IOS.</b>	81
<b>Gambar 4.11</b>	<b>Tampilan Layout SoundCloud di Android.</b>	81
<b>Gambar 4.12</b>	<b>Histogram</b>	88
<b>Gambar 4.13</b>	<b>Diagram Normal P-Plot</b>	88

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1 Kuesioner .....</b>	<b>105</b>
<b>Lampiran 2 Hasil Kuesioner Responden .....</b>	<b>112</b>
<b>Lampiran 3 Tabel r, f, dan t.....</b>	<b>116</b>

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Zaman semakin berkembang dan teknologi pun semakin canggih. Kecanggihan teknologi juga mempengaruhi kehidupan manusia dimana dengan adanya teknologi kita menjadi lebih mudah dalam melakukan sesuatu. Hiburan seperti permainan *games*, film atau video, dan musik tak luput terpengaruhi oleh perkembangan teknologi. Dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih, hiburan tersebut semakin beragam dan semakin mudah untuk mengaksesnya. Misal, sekarang ada internet dimana kita bisa bermain dengan teman tanpa harus bertemu dengan adanya *games online*. Sama halnya alat pemutar musik yang semakin berkembang untuk lebih baik. Dahulu orang mendengarkan musik menggunakan kaset, *CD*, *walkman*, dan radio. Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi orang-orang mulai beralih ke suatu hal yang lebih praktis dan simpel seperti mendengarkan musik dengan mengunduh di *handphone*. Dengan adanya internet orang jadi bisa mengunduh musik ke *handphone*. Pengguna internet di Indonesia berasal dari berbagai kalangan umur. Menurut survei pada tahun 2019-2020 (Q2) yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020) seperti yang terlihat pada Gambar 1.1 pengguna internet terbanyak berasal dari generasi milenial.

Pada hasil survei penetrasi pengguna internet berdasarkan umur. Jika, di urutkan tiga teratas berdasarkan hasil survei. Maka, diposisi pertama dari rentang umur 20-24 dengan 14,1%, kemudian diikuti dengan rentang umur 25-29 dengan 13,1%, dan diposisi ketiga dengan rentang umur 30-34 dengan 10,6%. Jika, melihat rentang umur pada tahun 2019-2020 (Q2) maka, dari posisi pertama hingga ketiga dengan 37,8% berasal dari generasi milenial. Berdasarkan kemenpppa.go.id (Kementrian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018) generasi milenial lahir di rentang tahun 1980-an sampai tahun 2000. Generasi milenial mendominasi karena itu adalah salah satu karakteristik dari generasi milenial dimana mereka sudah terbiasa dengan teknologi dan internet.

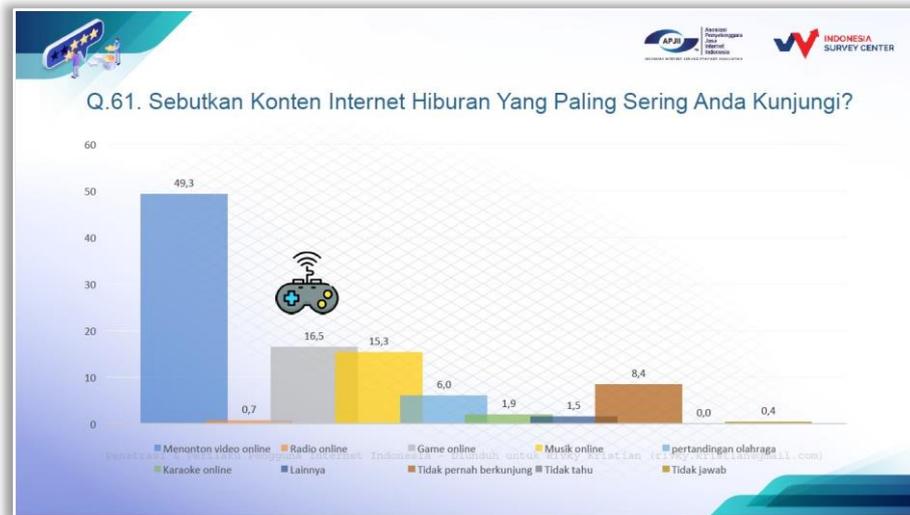
**Gambar 1.1**  
**Pengguna Internet 2019-2020(Q2) berdasarkan umur.**



*Sumber: apji.or.id*

Lalu berdasarkan hasil survei apji.or.id pada Gambar 1.2, konten yang paling sering dikunjungi adalah menonton film/video *online* dengan 49,3% di posisi pertama. Konten yang paling sering dikunjungi kedua adalah bermain *game online* dengan 16,5%. Dan konten yang paling sering dikunjungi ketiga adalah mendengarkan musik *online* dengan 15,3%. Dengan internet orang bisa mengakses konten yang mereka inginkan. Seiringnya waktu berjalan semakin banyak juga konten yang bisa di akses dengan internet. Seperti orang-orang mulai meninggalkan mengunduh lagu di *handphone* dan menggunakan aplikasi seperti Spotify dan JOOX untuk mendengarkan lagu. Aplikasi mendengarkan musik pertama yang sempat populer bukanlah Spotify dan JOOX melainkan SoundCloud.

**Gambar 1.2**  
**Konten Internet yang Sering di Kunjungi**



*Sumber: apji.or.id*

SoundCloud merupakan salah satu pelopor platform musik digital dan membantu mempopulerkan platform aplikasi musik digital. Mengutip dari web SoundCloud sendiri yaitu soundcloud.com (SoundCloud) mengatakan bahwa SoundCloud adalah platform layanan musik dan audio terbesar di dunia, SoundCloud memungkinkan orang menemukan dan menikmati pilihan musik terbaik dari komunitas kreator paling beragam di dunia. Sejak diluncurkan pada tahun 2008, platform ini menjadi terkenal karena konten dan fiturnya yang unik pada masanya, termasuk kemampuan untuk berbagi musik dan terhubung langsung dengan artis, lalu SoundCloud juga menyediakan tempat bagi artis-artis indie yang tidak memiliki label, serta menemukan *breakthrough track*, *raw demos*, *podcast*, dan banyak lagi. Ini dimungkinkan oleh *open* platform yang secara langsung menghubungkan kreator dan penggemarnya di seluruh dunia. Pembuat musik dan audio menggunakan SoundCloud untuk berbagi dan memonetisasi konten mereka dengan audiens global, serta menerima statistik terperinci dan menerima *feedback* dari komunitas SoundCloud. SoundCloud adalah platform yang bisa dinikmati dengan gratis. Platform aplikasi musik digital lainnya seperti Spotify, JOOX, Google Play Music, dan Youtube Music mulai populer setelah SoundCloud mempopulerkan platform musik digital.

**Gambar 1.3**  
**Tingkat Seluruh Pengguna SoundCloud yang Terdaftar dari Tahun 2012 – 2019.**

SoundCloud users	
Year	Users
2012	15 million
2013	40 million
2014	85 million
2015	150 million
2018	85 million
2019	76 million

*Sumber: SoundCloud dalam Business of Apps: SoundCloud Revenue And Usage Statistics (2021). (<https://www.businessofapps.com/data/soundcloud-statistics/>)*

Seperti yang terlihat pada Gambar 1.3 menunjukkan bahwa pengguna sempat mencapai 150 juta pengguna di seluruh dunia pada tahun 2015, tetapi setelah itu mulai menurun dan tidak ada peningkatan sama sekali. Berarti adanya penurunan tersebut menunjukkan konsumen sudah tidak mau menggunakan lagi platform aplikasi musik SoundCloud. Pada Gambar 1.4 menunjukkan fenomena yang sama dimana pendengar disetiap bulannya sempat mencapai 275 juta pendengar di seluruh dunia pada tahun 2015 dimana setelah tahun tersebut pendengar mulai menurun hingga 175 juta pendengar pada tahun 2017, dan SoundCloud sudah tidak memperbaharui lagi data pendengar bulanannya setelah tahun 2017.

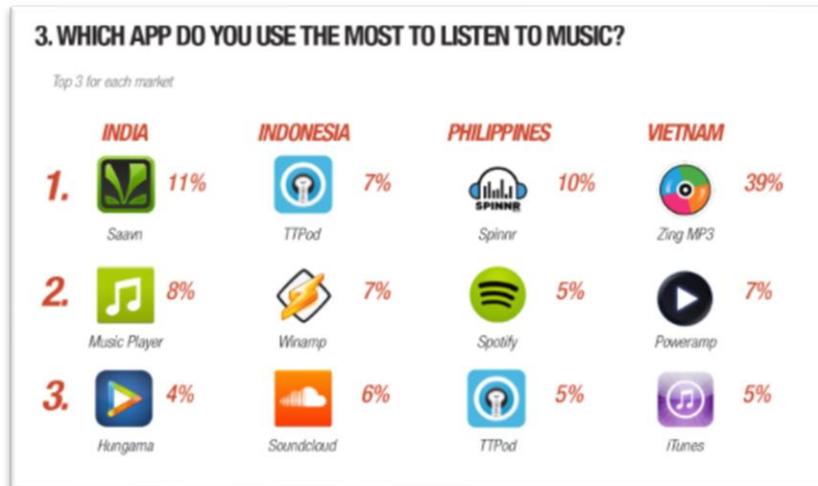
**Gambar 1.4**  
**Tingkat Pendengar Bulanan SoundCloud dari Tahun 2012 – 2017.**

SoundCloud monthly listeners	
Year	Listeners
2012	125 million
2013	200 million
2014	275 million
2015	250 million
2016	200 million
2017	175 million

Note: SoundCloud has not updated its monthly active listeners since 2017

*Sumber: SoundCloud dalam Business of Apps: SoundCloud Revenue And Usage Statistics (2021). (<https://www.businessofapps.com/data/soundcloud-statistics/>)*

**Gambar 1.5**  
**Aplikasi Mendengar Musik Yang Paling Sering Digunakan di Indonesia Tahun 2014.**



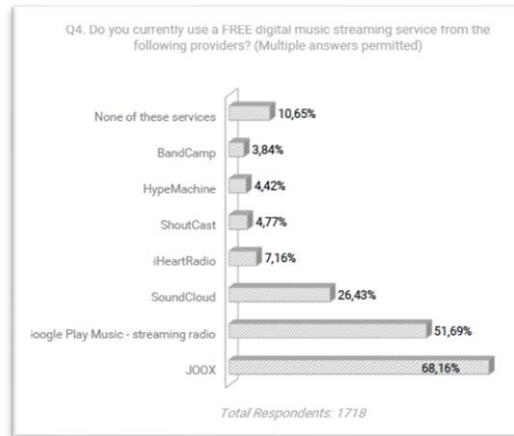
*Sumber: SoundCloud is top pick for music streaming in emerging markets in Asia.*

*(<https://www.techinasia.com/soundcloud-top-pick-music-streaming-emerging-markets-asia>)*

SoundCloud sendiri sudah lebih lama dari platform musik lainnya. Seperti pada Gambar 1.5 yaitu, survei Jana tahun 2014 dikutip pada [techinasia.com](http://techinasia.com) (Magdirila, 2014), SoundCloud menjadi salah satu aplikasi mendengar musik yang paling sering digunakan di Indonesia dengan urutan ke-3. Jika dibandingkan dengan Spotify yang secara resmi masuk Indonesia pada 30 Maret 2016 seperti dikutip pada [tekno.kompas.com](http://tekno.kompas.com) (Kompas, 2016), SoundCloud sudah lebih lama ada di Indonesia.

Meski SoundCloud sudah lebih lama ada di Indonesia dari para pesaingnya, SoundCloud tetap tidak menjadi yang pertama di Indonesia. Menurut survei yang dilakukan oleh DailySocial.id (Zebua, 2018) yang tercantum pada Gambar 1.6, yang menggunakan layanan gratis aplikasi *streaming* musik *online* posisi pertamanya ditempati oleh JOOX yaitu 68,16% sedangkan SoundCloud menempati tempat ketiga dengan 26,43%.

**Gambar 1.6**  
**Survei Online Music Streaming Indonesia pada 2018 Menurut Dailysocial.id Tentang**  
**Pemakai Gratis.**

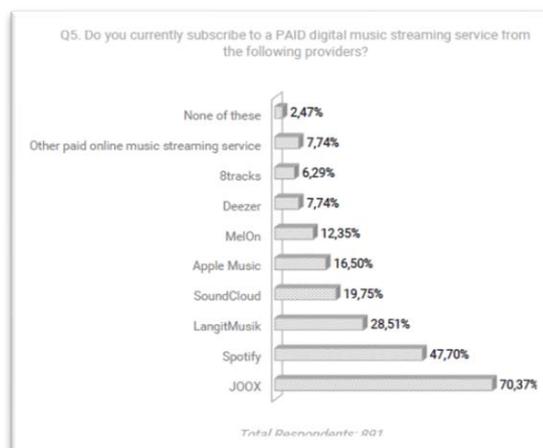


*Sumber: Online Music Streaming in Indonesia Survey 2018.*

<https://dailysocial.id/research/online-music-streaming-i-n-indonesia-survey-2018>

Sedangkan pada Gambar 1.7, yang menggunakan layanan berbayar aplikasi *streaming* musik *online* posisi pertamanya ditempati oleh JOOX dengan 70,37%, sedangkan SoundCloud dengan 19,75%. Baik dari layanan yang gratis maupun yang berbayar menunjukkan walau SoundCloud lebih lama ada di Indonesia tapi kalah dengan pesaingnya yang terbilang baru yaitu JOOX dimana menempati posisi pertama di kedua layanan gratis maupun berbayar atau Google Play Music dan Spotify di posisi kedua, Google Play Music di layanan gratis dan Spotify di layanan berbayar.

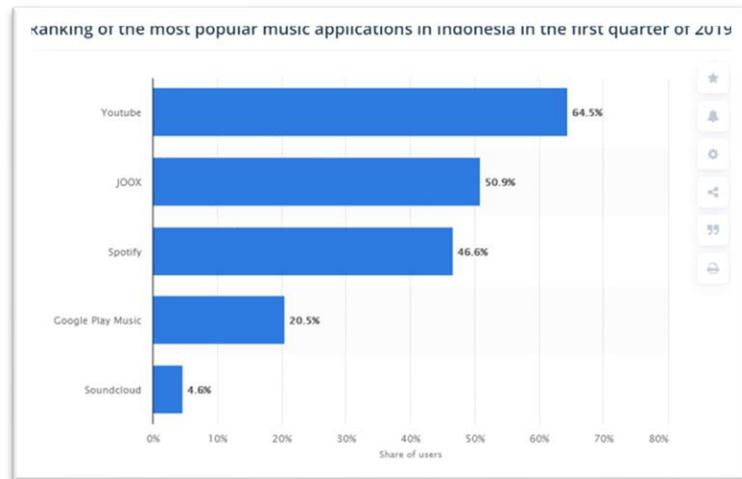
**Gambar 1.7**  
**Survei Online Music Streaming Indonesia pada 2018 Menurut Dailysocial.id Tentang**  
**Pemakai Berbayar.**



*Sumber: Online Music Streaming in Indonesia Survey 2018.*

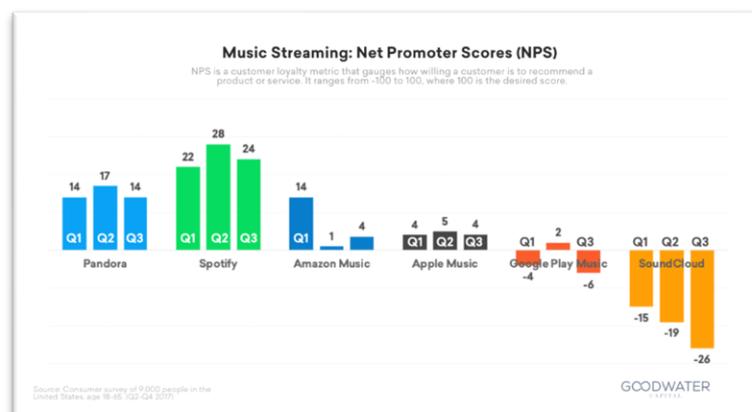
<https://dailysocial.id/research/online-music-streaming-i-n-indonesia-survey-2018>

**Gambar 1.8**  
**Grafik Statistika Tingkat Aplikasi Musik Terpopuler di Indonesia pada Kuartar Pertama Tahun 2019.**



*Sumber: Ranking of the most popular music applications in Indonesia in the first quarter of 2019. (<https://www.statista.com/statistics/709833/indonesia-most-used-music-apps/>)*

**Gambar 1.9**  
**Grafik Tentang Statistik Kepuasan Pengguna yang berdampak pada Loyalitas dan Bersedia Merekomendasikan Platform Musik.**



*Sumber: Business of Apps: Spotify Revenue and Usage Statistics. (<https://www.businessofapps.com/data/spotify-statistics/>)*

Masuk pada kuartal pertama tahun 2019 pada grafik web [www.statista.com](http://www.statista.com) (Nurhayati-Wolff, 2020) yang ditunjukkan pada Gambar 1.8 tentang 5 platform yang paling populer digunakan untuk mendengarkan musik di Indonesia. Pada grafik tersebut SoundCloud berada diposisi terakhir dengan 4,6%. Lalu ada hasil

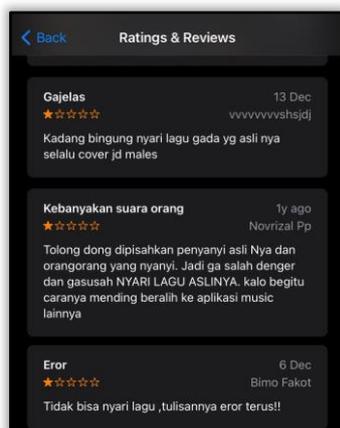
dari *Net Promotor Score (NPS)* yang dilakukan *businessofapps.com* (Dhillon, 2021), *NPS* adalah sebuah metrik loyalitas pelanggan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Hasil *NPS* dari *businessofapps.com* yang tercantum pada Gambar 1.9 menunjukkan bahwa *NPS* SoundCloud ditunjukkan dengan angka minus yang berarti pelanggan sudah tidak puas dan juga tidak mau merekomendasikan platform SoundCloud. Penurunan yang terlihat pada data-data diatas menunjukkan bahwa konsumen di indonesia sudah tidak mau menggunakan lagi platform aplikasi musik SoundCloud. Ketika, konsumen sudah tidak mau menggunakan aplikasi maka akan berdampak pada perusahaan SoundCloud.

**Gambar 1.10**  
Rating SoundCloud pada Aplikasi Appstore.



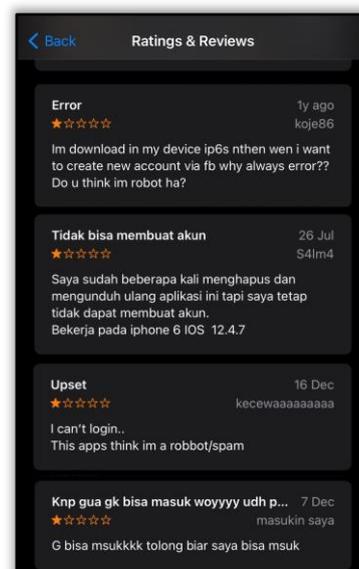
*Sumber: Data Hasil Screenshot Penulis Pada 1/11/2020 jam 22.36 Pada Aplikasi Appstore.*

**Gambar 1.12**  
Reviews SoundCloud pada Aplikasi Appstore.



*Sumber: Data Hasil Screenshot Penulis Pada 1/11/2020 jam 22.36 Pada Aplikasi Appstore.*

**Gambar 1.11**  
Reviews SoundCloud pada Aplikasi Appstore.



*Sumber: Data Hasil Screenshot Penulis Pada 1/11/2020 jam 22.36 Pada Aplikasi Appstore.*

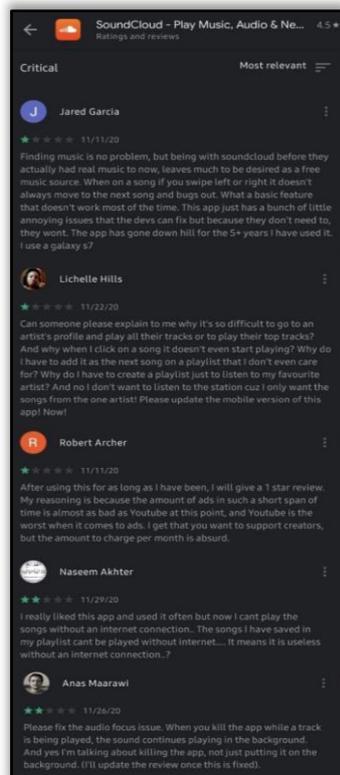
Oleh karena itu penulis ingin mengetahui mengapa konsumen sudah tidak ingin memakai aplikasi SoundCloud lagi. Penulis melihat dari ulasan pada aplikasi App Store itu ada yang mengungkapkan bahwa untuk mencari lagu orisinalnya susah karena, banyaknya *cover*. Ada pula yang mengeluhkan tentang tidak bisa *login* atau membuat akun ke dalam aplikasi karena *error* atau galat.

**Gambar 1.13**  
Rating SoundCloud pada Aplikasi Play Store.



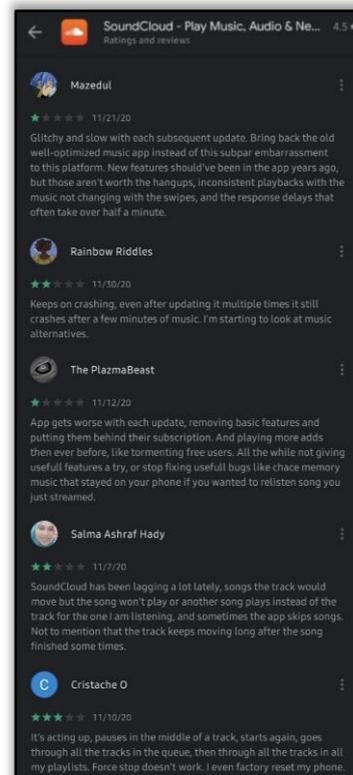
*Sumber: Data Hasil Screenshot Penulis Pada 1/12/2020 jam 13.52 Pada Aplikasi Play*

**Gambar 1.14**  
Reviews SoundCloud pada Aplikasi Play Store.



*Sumber: Data Hasil Screenshot Penulis Pada 1/12/2020 jam 13.52 Pada Aplikasi Play Store.*

**Gambar 1.15**  
Reviews SoundCloud pada Aplikasi Play Store.



*Sumber: Data Hasil Screenshot Penulis Pada 1/12/2020 jam 13.52 Pada Aplikasi Play Store.*

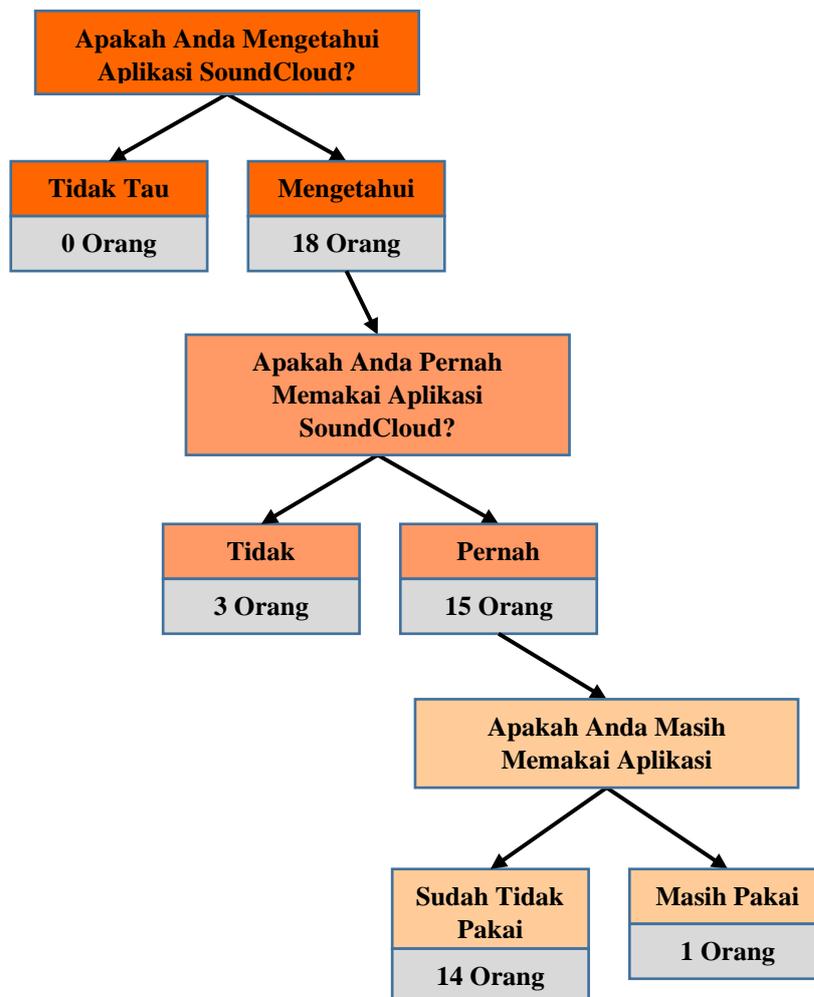
Lalu ada ulasan pada aplikasi Play Store dimana ditemukan hal serupa seperti sulit menemukan lagu orisinal atau album dari lagu yang diinginkan. Ada yang mengeluhkan tentang sulit *login* kedalam akun. Lalu sering terjadinya *lag* atau galat saat memutar lagu atau bahkan *crash* yang menyebabkan aplikasi menutup secara paksa dan kembali ke *home screen*. Ada yang mengeluhkan juga tentang *playlist* hilang dengan sendirinya.

Bisa disimpulkan dari gambar-gambar tersebut menunjukkan ulasan di kedua aplikasi App Store dan Play Store memiliki keluhan yang serupa bahwa sering terjadi galat atau *error* dan gangguan saat sedang mau *login* ke dalam akun pengguna dan juga ada keluhan pada bagian pencarian dimana untuk mencari lagu yang orisinalnya itu sulit, seperti tidak ada bagian pembeda mana lagu yang orisinal dan lagu *cover* serta tidak bisa mengunjungi profil artis penyanyi yang diinginkan sehingga membuat pengguna mengeluh pada platform aplikasi SoundCloud. Lalu ada beberapa yang mengeluhkan bahwa aplikasi sering terjadi *error* sehingga memunculkan keluhan seperti lagu pada *playlist* sering hilang dari *playlist* dengan sendiri dimana di setiap *update* pun pengguna tetap merasakan *error*, *lag*, dan *crash* tersebut. lalu pada saat menutup aplikasi lagu masih saja berputar. Adapula yang mengeluhkan bahwa jika tidak ada koneksi maka musik tidak bisa di putar. Penulis melihat bahwa dari data-data tersebut menunjukkan adanya gejala-gejala yang harus diteliti.

Dari fenomena yang menimbulkan gejala-gejala pada data diatas maka penulis melakukan *preliminary research* terhadap 18 orang responden dengan mewawancarai mereka seperti yang tercantum pada Gambar 1.16. Pertama penulis bertanya apakah responden mengetahui SoundCloud dan mendapatkan bahwa 18 orang responden mengetahui SoundCloud. Penulis melanjutkan dengan pertanyaan selanjutnya yaitu apakah responden pernah memakai SoundCloud dan mendapatkan bahwa 15 orang responden pernah memakai dan 3 orang responden tidak pernah memakai SoundCloud. Lalu penulis melanjutkan lagi dengan pertanyaan berikutnya yaitu apakah responden masih memakai aplikasi SoundCloud dan mendapatkan bahwa 14 orang sudah tidak memakai dan 1 orang masih memakai SoundCloud. Penulis pun bertanya darimana responden mengetahui SoundCloud terhadap 18 orang responden yang mengetahui

SoundCloud dan mendapatkan hasil 15 orang mengetahui dari rekomendasi teman atau *word-of-mouth* dan 3 orang menjawab mencari sendiri atau coba-coba. Penulis kembali bertanya dengan alasan responden mengenai pernah atau tidaknya memakai SoundCloud lalu mendapatkan jawaban bahwa 13 dari 15 orang menjawab pernah pakai karena rekomendasi teman untuk mendengarkan *cover* temannya dan 2 dari 15 orang menjawab pernah pakai karena sempat populer sebelum ada Pesaing (Spotify, JOOX, Apple Music, dan lainnya), dan 3 orang yang menjawab tidak pernah pakai, 2 orang menjawab tidak tertarik karena ada Youtube atau pesaing yang lebih bagus dan mudah dipakai, dan 1 orang menjawab lebih mudah *download* atau mengunduh.

**Gambar 1.16**  
Preliminary Research Penulis



*Sumber: Hasil Preliminary Research Penulis*

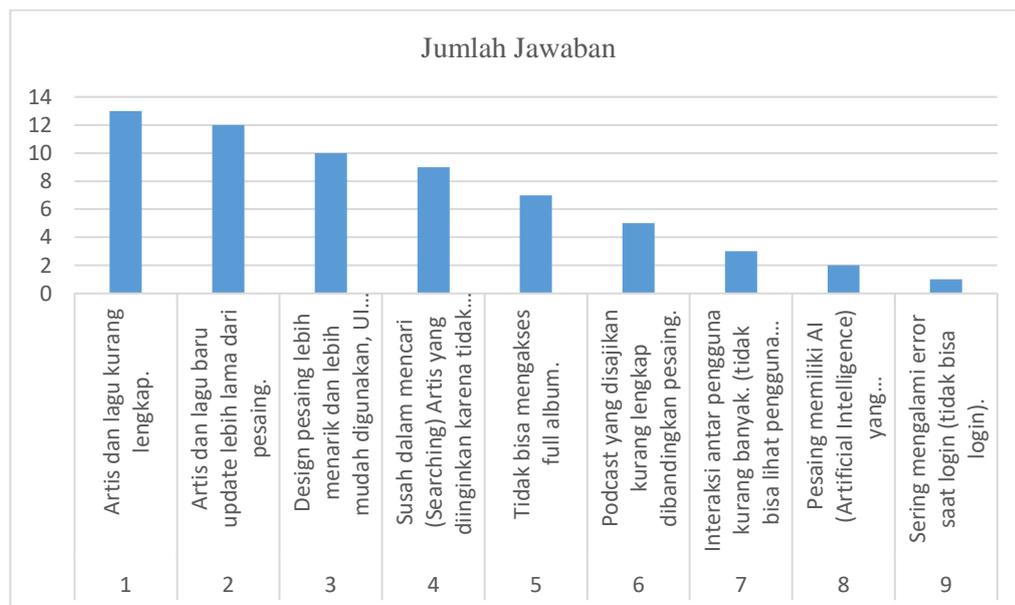
Penulis pun bertanya kembali apa alasan tidak memakai SoundCloud terhadap 14 orang responden yang menjawab pernah pakai tapi sudah tidak memakai lagi Aplikasi SoundCloud dan mendapatkan jawaban seperti yang tercantum pada Gambar 1.17 dan keterangan lengkapnya pada Tabel 1.2.

**Tabel 1.1**  
**Hasil Jawaban dari Alasan Responden Mengenai Pernah atau Tidak Memakai Aplikasi Platform SoundCloud.**

Pernah Pakai				Tidak Pernah Pakai			
Alasan	Jumlah Jawaban	Total Responden	Persentase	Alasan	Jumlah Jawaban	Total Responden	Persentase
Rekomendasi dari teman ( <i>Word of Mouth</i> ) untuk mendengarkan <i>cover</i> teman.	13	15	87%	Tidak tertarik.	2	3	67%
Pernah pakai karena dulu sempat populer sebelum ada pesaing seperti Spotify atau Apple Music.	2	15	13%	Lebih mudah <i>download</i> .	1	3	87%

*Sumber: Hasil Preliminary Research Penulis*

**Gambar 1.17**  
**Hasil Jawaban dari Alasan Responden Mengenai Tidak Lagi Memakai Aplikasi Platform SoundCloud.**



*Sumber: Hasil Preliminary Research Penulis*

**Tabel 1.2**  
**Hasil Jawaban dari Alasan Responden Mengenai Tidak Lagi Memakai Aplikasi Platform SoundCloud.**

No.	Alasan	Jumlah Jawaban	Dari Total Responden	Persentase
1	Artis dan lagu kurang lengkap.	13	14	93%
2	Artis dan lagu baru <i>update</i> lebih lama dari pesaing.	12	14	86%
3	Desain pesaing lebih menarik dan lebih mudah digunakan, <i>UI</i> dan <i>UX</i> lebih menarik dan mudah digunakan.	10	14	71%
4	Susah dalam mencari ( <i>Searching</i> ) Artis yang diinginkan karena tidak muncul <i>Suggestion/Auto Correction</i> .	9	14	64%
5	Tidak bisa mengakses <i>full album</i> .	7	14	50%
6	Podcast yang disajikan kurang lengkap dibandingkan pesaing.	5	14	36%
7	Interaksi antar pengguna kurang banyak. (tidak bisa lihat pengguna lain sedang mendengarkan apa, tidak bisa berkolaborasi bikin <i>playlist</i> bersama)	3	14	21%
8	Pesaing memiliki <i>AI (Artificial Intelligence)</i> yang merekomendasikan lagu baru setiap minggu jadi tidak bosan.	2	14	14%
9	Sering mengalami <i>error</i> saat <i>login</i> (tidak bisa <i>login</i> ).	1	14	7%

*Sumber: Hasil Preliminary Research Penulis*

Dari data-data diatas seperti pada Gambar 1.9 menunjukkan gejala-gejala seperti orang sudah tidak mau merekomendasikan SoundCloud yang berarti orang sudah kecewa dengan SoundCloud dan juga seperti ulasan-ulasan pada App Store dan Play Store menunjukkan seringnya *crash* atau galat dan tidak adanya fitur yang memisahkan atau memudahkan mencari lagu asli dan yang *cover* menjadi keluhan yang sering dikeluhkan oleh pengguna dan dengan menggali lebih dalam serta melihat hasil dari data *preliminary research*, lalu penulis mendapatkan bahwa responden kebanyakan mulai berhenti karena adanya keluhan tentang susah nya mencari artis atau lagu dikarenakan tidak muncul *suggestion/auto correction* pada kolom pencarian (*searching*) selain itu karena tidak adanya fitur yang memisahkan antara lagu yang orisinal dan yang *cover*, SoundCloud juga tidak bisa mengakses album lengkap dari artis yang ingin didengarkan jadi kita harus mencari kembali lagu yang ingin kita dengarkan pada album yang bisa kita akses dengan mudah pada pesaing seperti Spotify selain itu fitur pada SoundCloud masih kalah dengan pesaing seperti pada Spotify, kita bisa tau teman kita sedang mendengarkan apa dan juga berkolaborasi untuk membuat playlist bersama-sama itu menunjukkan bahwa ada hal yang kurang pada fitur produk yang dimiliki oleh SoundCloud. Menurut Kotler dan Armstrong (2013:255), Atribut produk terdiri atas kualitas produk, fitur produk, dan gaya serta desain produk.

Lalu selain fitur, ada keluhan tentang *update* lagu baru yang lama, kurang lengkapnya artis dan lagu, dan kurang lengkapnya podcast menunjukkan bahwa layanan yang dimiliki oleh SoundCloud buruk. Menurut Kotler dan Armstrong (2013:255), layanan adalah salah satu dimensi dari Kualitas Produk dalam Atribut Produk. lalu ada juga yang mengeluh tentang desain yang tidak menarik dan tidak *User Friendly* menunjukkan bahwa desain SoundCloud tidak memenuhi ekspektasi pengguna. Dan penulis mengambil kesimpulan bahwa permasalahan yang menyebabkan para responden berhenti memakai aplikasi platform SoundCloud karena mereka mengeluhkan dan mengkritik fitur produk, layanan, dan desain yang ada pada aplikasi platform SoundCloud. Karena keluhan dan kritik yang responden berikan menunjukkan bahwa fitur produk, layanan, dan desain yang ada pada SoundCloud lebih buruk dari para pesaingnya. Maka diperlukan perbaikan dan inovasi dalam fitur produk, layanan, dan desain untuk dapat mengatasi hal tersebut

dengan harapan para responden atau pendengar bisa memakai aplikasi platform SoundCloud kembali. Tapi dimensi-dimensi dari teori Kotler dan Armstrong itu untuk mengukur produk umum. Maka digunakan lah ISO/IEC 25010:2011 sebagai pengganti yang sudah mewakili dari dimensi kualitas produk, fitur produk, dan layanan pendukung. Dimana ISO/IEC 25010:2011 adalah sebuah standar internasional yang digunakan untuk mengukur perangkat lunak. Faktor-faktor menurut ISO/IEC 25010:2011 pada perangkat lunak diukur oleh delapan dimensi yaitu *Functional Suitability*, *Performance Efficiency*, *Compatibility*, *Usability*, *Reliability*, *Security*, *Maintainability*, dan *Portability*. Sedangkan Gaya dan Desain adalah salah satu dimensi dari atribut produk menurut Kotler dan Armstrong (2013:255).

Dimensi yang digunakan dalam ISO/IEC 25010:2011 akan digunakan yang relevan atau paling mendekati. *Functional Suitability* adalah sejauh mana produk atau sistem untuk menyediakan fungsi sesuai kebutuhan secara tersurat maupun tersirat ketika digunakan dalam kondisi tertentu. Seperti Artis dan Lagu kurang lengkap, lamanya *update* artis dan lagu baru, susah dalam mencari lagu, tidak bisa mengakses full album, podcast kurang lengkap, Interaksi antar pengguna kurang banyak, seperti tidak bisa lihat pengguna lain sedang mendengarkan apa atau tidak bisa berkolaborasi bikin *playlist* bersama, dan Pesaing memiliki *AI (Artificial Intelligence)* yang merekomendasikan lagu baru setiap minggu jadi tidak bosan, itu berarti fungsi dari sebuah fitur tidak lengkap atau tidak berjalan sesuai dengan yang semestinya dimana itu cocok dengan *functional suitability*. *Usability* adalah sejauh mana produk atau sistem dapat digunakan untuk tujuan tertentu dengan efektivitas, efisiensi, dan kepuasan dalam konteks penggunaan. Seperti susah dalam mencari lagu dan tidak bisa mengakses full album dimana menunjukkan bahwa tidak efektif dan tidak puasnya penggunaan produk dan fitur SoundCloud. *Reliability* adalah Sejauh mana produk, sistem, atau komponen menjalankan fungsi tertentu di bawah kondisi tertentu untuk jangka waktu tertentu. Seperti susah dalam mencari lagu dan tidak bisa mengakses full album dan sering terjadi error menunjukkan bahwa SoundCloud tidak dapat diandalkan. *Maintainability* adalah Tingkat efektivitas dan efisiensi dimana produk atau sistem tersebut dapat dimodifikasi oleh pengelola (staf bisnis atau operasional dan *end user*). Modifikasi disini meliputi koreksi, perbaikan

atau adaptasi terhadap perubahan lingkungan, persyaratan, dan spesifikasi fungsional dimana itu bersinggungan dengan layanan pendukung atau *serviceability* menurut Garvin (1984) dalam Jaskulska (2013) dimana itu berhubungan dengan nilai tambah dan/atau kompetensi, kecepatan, kesopanan, dan kemudahan dalam memberikan layanan dan perbaikan suatu produk. Maka, layanan pendukung atau *serviceability* akan diukur menggunakan *maintainability*. *Portability* adalah Tingkat efektivitas dan efisiensi dimana sistem, produk, atau komponen dapat ditransfer dari satu perangkat keras, perangkat lunak, atau lingkungan operasional atau penggunaan lainnya ke yang lainnya. Untuk mencari apakah keluhan pada soundcloud hanya berada pada perangkat tertentu saja atau tidak maka, digunakan dimensi *portability*. Dan desain pesaing lebih menarik dan lebih mudah digunakan, *UI* dan *UX* lebih menarik dan mudah digunakan. Menunjukkan bahwa ada yang kurang pada desain SoundCloud seperti tidak menarik dan kalah dari pesaing. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian ini dengan judul “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Niat Pakai Ulang (Studi Pada Aplikasi Platform SoundCloud)”

## **1.2. Identifikasi Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pendapat konsumen pada *Functional Suitability* pada aplikasi SoundCloud?
2. Bagaimana pendapat konsumen pada *Usability* pada aplikasi SoundCloud?
3. Bagaimana pendapat konsumen pada *Reliability* pada aplikasi SoundCloud?
4. Bagaimana pendapat konsumen pada *Maintainability* pada aplikasi SoundCloud?
5. Bagaimana pendapat konsumen pada *Portability* pada aplikasi SoundCloud?
6. Bagaimana pendapat konsumen pada *Design* pada aplikasi SoundCloud?
7. Bagaimana pendapat niat pakai ulang konsumen pada aplikasi SoundCloud?
8. Bagaimana *Functional Suitability* mempengaruhi niat pakai ulang pada aplikasi SoundCloud?
9. Bagaimana *Usability* mempengaruhi niat pakai ulang pada aplikasi SoundCloud?

10. Bagaimana *Reliability* mempengaruhi niat pakai ulang pada aplikasi SoundCloud?
11. Bagaimana *Maintainability* mempengaruhi niat pakai ulang pada aplikasi SoundCloud?
12. Bagaimana *Portability* mempengaruhi niat pakai ulang pada aplikasi SoundCloud?
13. Bagaimana *Design* mempengaruhi niat pakai ulang pada aplikasi SoundCloud?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana pendapat konsumen pada *Functional Suitability* pada aplikasi SoundCloud.
2. Mengetahui bagaimana pendapat konsumen pada *Usability* pada aplikasi SoundCloud.
3. Mengetahui bagaimana pendapat konsumen pada *Reliability* pada aplikasi SoundCloud.
4. Mengetahui bagaimana pendapat konsumen pada *Maintainability* pada aplikasi SoundCloud.
5. Mengetahui bagaimana pendapat konsumen pada *Portability* pada aplikasi SoundCloud.
6. Mengetahui bagaimana pendapat konsumen pada *Design* pada aplikasi SoundCloud.
7. Mengetahui bagaimana pendapat niat pakai ulang konsumen pada aplikasi SoundCloud.
8. Mengetahui bagaimana *Functional Suitability* mempengaruhi niat pakai ulang pada aplikasi SoundCloud.
9. Mengetahui bagaimana *Usability* mempengaruhi niat pakai ulang pada aplikasi SoundCloud.
10. Mengetahui bagaimana *Reliability* mempengaruhi niat pakai ulang pada aplikasi SoundCloud.
11. Mengetahui bagaimana *Maintainability* mempengaruhi niat pakai ulang pada aplikasi SoundCloud.

12. Mengetahui bagaimana *Portability* mempengaruhi niat pakai ulang pada aplikasi SoundCloud.
13. Mengetahui bagaimana *Design* mempengaruhi niat pakai ulang pada aplikasi SoundCloud.

#### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Penulis

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis serta mengaplikasikan pengetahuan yang telah didapatkan selama berkuliah ke dalam kehidupan nyata.

2. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang bermanfaat bagi perusahaan yaitu sebagai bahan evaluasi untuk SoundCloud sehingga bisa menghadirkan inovasi-inovasi yang baru.

3. Pembaca

Hasil penelitian dapat memberikan manfaat untuk menjadi referensi dan ilmu pengetahuan tambahan yang dapat memberikan inspirasi bagi pembaca yang ingin meneliti atau menulis hal serupa.

#### **1.5. Kerangka Pemikiran**

Seiring dengan majunya perkembangan teknologi yang pesat membuat persaingan menjadi lebih ketat dan harus siap untuk bersaing membuat inovasi-inovasi yang sesuai dengan keinginan dari target yang diincar lalu bagi siapa yang tidak siap untuk berinovasi maka akan tertinggal. Sama halnya dengan musik yang akan terus berkembang, memperbaharui dan terus berinovasi untuk selalu memberikan alunan melodi yang indah bagi siapapun yang mendengarkannya. Hal itu demi tuntutan dari perkembangan zaman dari tahun ke tahun dan juga berkembangnya selera konsumen yang semakin beragam maka perusahaan harus bisa memenuhi tuntutan dari apa yang diinginkan oleh konsumen dan agar tetap bisa bersaing di dalam industri ini. Sama seperti menurut Kotler dan Armstrong (2013:250) yang mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang mungkin

memenuhi keinginan atau kebutuhan. Pada produk yang ditawarkan tersebut memiliki beberapa atribut.

Menurut Kotler dan Armstrong (2013:253) Atribut produk terdiri atas kualitas produk, fitur produk, dan gaya serta desain produk. Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2013:255) merupakan karakteristik dari produk dan jasa dengan kemampuannya yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen baik secara tersurat maupun tersirat. Fitur menurut Kotler dan Armstrong (2013:256) *“Features are a competitive tool for differentiating the company’s product from competitors’ products.”* Fitur merupakan alat yang membedakan produk perusahaan dengan para pesaingnya. Lalu Gaya serta Desain Produk menurut Kotler dan Armstrong (2013:256) merupakan cara lain untuk menambahkan nilai tambah konsumen adalah dengan melalui gaya dan desain produk yang khas. Lebih lanjut desain memiliki konsep yang lebih besar dibandingkan dengan gaya. Dimana gaya hanya menggambarkan penampilan suatu produk. Sedangkan desain lebih dari sekedar kulit atau bisa dibilang luarnya saja melainkan dia masuk ke dalam jantung yaitu kedalam inti dari suatu produk. Dan menurut Sääksjärvi, Hellén dan Tuunanen (2014), desain produk bermain peran sebagai penentu perilaku konsumen, terutama untuk produk teknologi. Artinya desain yang baik dan menarik akan menambahkan nilai tambah bagi konsumen.

Selain tiga yang telah disebutkan diatas menurut Kotler dan Armstrong (2013:255) masih ada beberapa dimensi lain pada atribut produk yang terdiri atas:

1. Kualitas Produk.
2. Fitur Produk.
3. Gaya dan Desain.
4. Merek.
5. Kemasan.
6. Label.
7. Pelayanan Pendukung

Dalam atribut produk ada juga yang dinamakan pelayanan pendukung atau *services* yang dimana menurut Kotler dan Armstrong (2013) adalah suatu bentuk produk yang terdiri dari aktivitas, manfaat atau kepuasan untuk dijual, yang pada dasarnya

tidak berwujud dan tidak mengarah pada kepemilikan apa pun. Tapi bisa juga *services* dalam produk diartikan sebagai elemen lain dari strategi produk dan bisa menjadi nilai tambah pada produk utama. Menurut Garvin (1984) dalam Jaskulska (2013) menyebutkan dalam salah satu dimensinya yaitu *Serviceability* adalah sesuatu yang berhubungan dengan kompetensi, kecepatan, kesopanan, dan kemudahan dalam memberikan layanan dan perbaikan suatu produk. Teori-teori tersebut menunjukkan bahwa atribut produk bisa menjadi keunggulan tersendiri dan membuat sebuah peluang agar konsumen memilih suatu produk menjadi lebih besar. Dari data dan jawaban responden yang dikumpulkan penulis mengenai mengapa tidak memakai aplikasi platform SoundCloud lagi adalah karena adanya keluhan terhadap fitur yang kurang lengkap, layanan yang buruk, desain yang kurang menarik bagi pengguna.

Akan tetapi dimensi yang disebutkan oleh Kotler dan Armstrong serta yang lainnya tersebut untuk mengukur produk umum. Maka, di gunakan dimensi dari ISO/IEC 25010:2011 sebagai pengganti yang sudah mewakili dari dimensi kualitas produk, fitur produk, dan layanan pendukung. ISO/IEC 25010:2011 adalah sebuah standar yang digunakan untuk mengukur, mengevaluasi, dan menetapkan atribut kualitas produk perangkat lunak yang diakui secara internasional (BSI British Standard, 2011). Faktor-faktor menurut ISO/IEC 25010:2011 meliputi delapan karakteristik dimensi seperti berikut *Functional Suitability, Performance Efficiency, Compatibility, Usability, Reliability, Security, Maintainability, and Portability*:

1. *Functional Suitability*, sejauh mana produk atau sistem untuk menyediakan fungsi sesuai kebutuhan secara tersurat maupun tersirat ketika digunakan dalam kondisi tertentu.
2. *Performance Efficiency*, kinerja yang sesuai dan relatif terhadap jumlah sumber daya yang digunakan pada saat kondisi yang sudah ditentukan (cth: efisiensi penyimpanan).
3. *Compatibility*, sejauh mana produk, sistem, atau komponen dapat bertukar informasi dengan produk, sistem, atau komponen lain, dan/atau menjalankan fungsi yang diperlukan, sambil berbagi lingkungan perangkat keras atau perangkat lunak yang sama.

4. *Usability*, sejauh mana produk atau sistem dapat digunakan untuk tujuan tertentu dengan efektivitas, efisiensi, dan kepuasan dalam konteks penggunaan.
5. *Reliability*, sejauh mana produk, sistem, atau komponen menjalankan fungsi tertentu di bawah kondisi tertentu untuk jangka waktu tertentu.
6. *Security*, sejauh mana produk atau sistem melindungi informasi dan data sehingga orang atau produk atau sistem lain memiliki tingkat akses data yang sesuai dengan jenis dan tingkat otorisasinya.
7. *Maintainability*, tingkat efektivitas dan efisiensi dimana produk atau sistem tersebut dapat dimodifikasi oleh pengelola (staf bisnis atau operasional dan *end user*).
8. *Portability*, tingkat efektivitas dan efisiensi dimana sistem, produk, atau komponen dapat ditransfer dari satu perangkat keras, perangkat lunak, atau lingkungan operasional atau penggunaan lainnya ke yang lain.

Fitur dan layanan pendukung juga menggunakan ISO/IEC 25010:2011 karena di dalam ISO ada dimensi yang juga relevan dengan fitur dan layanan pendukung, seperti misal fitur bisa diukur menggunakan dimensi *functional suitability*, *usability*, *reliability*, dan *portability*. Karena *functional suitability* membahas tentang apakah fungsi yang disediakan sudah sesuai atau belum maka, fungsi dari fitur yang disediakan apakah sudah sesuai atau belum, lalu *usability* membahas tentang mudah tidaknya perangkat lunak digunakan maka hubungannya dengan fitur adalah mudah tidaknya fitur itu digunakan atau tidak, *reliability* membahas tentang kinerja apakah kinerja fitur sudah sesuai apa tidak, dan *portability* tentang kemudahan aplikasi dipindahkan dan hubungannya dengan fitur adalah apakah fitur yang ada jika, berpindah perangkat akan tetap sama.

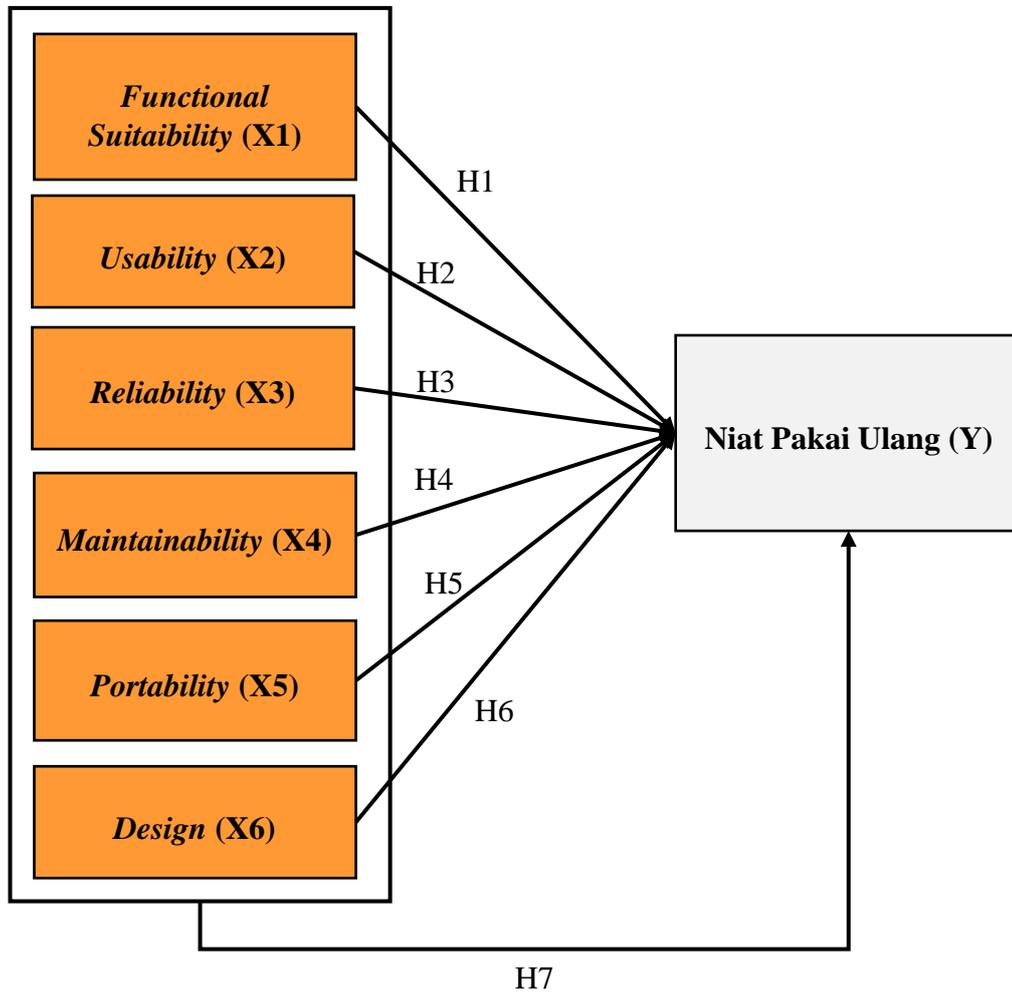
Sedangkan layanan pendukung akan diwakilkan dengan *maintainability*. dimana layanan pendukung atau *serviceability* berhubungan dengan nilai tambah dan/atau kompetensi, kecepatan, kesopanan, dan kemudahan dalam memberikan layanan dan perbaikan suatu produk. Dan *maintainability* adalah tingkat efektivitas dan efisiensi dimana produk atau sistem tersebut dapat dimodifikasi oleh pengelola (staf bisnis atau operasional dan *end user*). Modifikasi meliputi koreksi, perbaikan atau adaptasi terhadap perubahan lingkungan, persyaratan, dan/atau kriteria yang sudah ditentukan. Maka, *serviceability* akan diukur menggunakan *maintainability*.

Untuk desain sendiri, dimana dalam teori *Product Style and Design* sebagai cara untuk menambahkan nilai tambah bagi konsumen dimana gaya menampilkan penampilan luar produk dan desain sebagai jantung atau inti dari suatu produk. Indikator yang akan digunakan adalah turunan dari definisi teori yang didefinisikan ulang oleh penulis untuk menyesuaikan objek penelitian dimana objeknya adalah aplikasi SoundCloud.

Atribut produk yang baik akan menimbulkan pengalaman yang positif dan akan mempengaruhi niat pakai ulang atau niat beli ulang konsumen. Penulis memakai pendekatan yang sama dengan teori niat beli ulang yang disesuaikan agar lebih cocok dengan objek penelitian. Menurut Thamrin dan Francis (2012), niat beli ulang merupakan niat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu. Karena pengalaman yang dimiliki oleh pengguna itulah yang membuat mereka menjadi tidak mau atau sudah kehilangan minat untuk membeli dan/atau menggunakan lagi aplikasi platform SoundCloud.

Maka dari itu penulis mengemukakan masalah yang dilihat oleh penulis yaitu keluhan terhadap fitur produk, layanan, dan desain pada aplikasi platform SoundCloud. Maka diharapkan dengan perbaikan pada fitur produk, layanan, dan desain dapat membuat konsumen memakai kembali aplikasi platform SoundCloud. Maka dari *preliminary* itu didapatkan bahwa keluhan mengenai atribut produk yang akan diukur dengan mengikuti dimensi dari ISO/IEC 25010:2011 sebagai dasar dan hanya memakai yang sesuai dengan keluhan-keluhan seperti dimensi *performance efficiency* tidak dimasukan karena tidak cocok dengan gejala dimana tidak ditemukannya keluhan seperti tentang baterai yang boros atau memori yang terlalu besar saat memakai aplikasi. Maka, penulis membuat kerangka pemikiran sebagai berikut:

**Gambar 1.18**  
**Model Penelitian**



*Sumber: Hasil Olahan Penulis*

### **1.6. Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan uraian diatas, maka untuk penelitian ini penulis memberikan hipotesis sebagai berikut:

H1: *functional suitability* berpengaruh terhadap niat pakai ulang konsumen.

H2: *usability* berpengaruh terhadap niat pakai ulang konsumen.

H3: *reliability* berpengaruh terhadap niat pakai ulang konsumen.

H4: *maintainability* berpengaruh terhadap niat pakai ulang konsumen.

H5: *portability* berpengaruh terhadap niat pakai ulang konsumen.

H6: *design* berpengaruh terhadap niat pakai ulang konsumen.

H7: Secara simultan berpengaruh terhadap niat pakai ulang konsumen.