



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN –PT NO: 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

**Pengaruh Fitur Produk dan Harga Terhadap Minat Beli
pada Spotify Premium**

Skripsi

Oleh

Andrew Ong

6081901073

Bandung

2023



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN –PT NO: 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

**Pengaruh Fitur Produk dan Harga Terhadap Minat Beli
pada Spotify Premium**

Skripsi

Oleh

Andrew Ong

6081901073

Pembimbing

Dr. Rulyusa Pratikto, S.AB., M.S.E.

Bandung

2023

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Andrew Ong
Nomor Pokok : 6081901073
Judul : Pengaruh Fitur Produk dan Harga Terhadap Minat Beli pada Spotify Premium

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Senin, 3 Juli 2023
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

: _____

Sekretaris

Dr. Rulyusa Pratikto, S.AB., M.S.E.

: _____

Anggota

Yosefa, S.T., M.M.

: _____

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Andrew Ong
NPM : 6081901073
Program Studi : Administrasi Bisnis Program Sarjana
Judul : Pengaruh Fitur Produk dan Harga Terhadap
Minat Beli pada Spotify Premium

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 20 Juni 2023



Andrew Ong

ABSTRAK

Nama : Andrew Ong
NPM : 6081901073
Judul : Pengaruh Fitur Produk dan Harga Terhadap Minat Beli pada Spotify Premium

Transformasi digital yang juga berdampak pada industri musik, menyebabkan munculnya platform *music streaming* yang memudahkan dalam mendengarkan musik yang lebih legal. Pendapatan dari *music streaming* kini telah mendominasi pendapatan pada pasar industri musik. Menawarkan fitur-fitur tambahan menjadi salah satu sumber pendapatan platform *music streaming*. Spotify menawarkan fitur-fitur yang dapat meningkatkan pengalaman mendengarkan musik lebih baik yang dinamakan Spotify Premium. Spotify Premium terus mengalami peningkatan jumlah *subscribers* dan pendapatan setiap tahunnya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti pengaruh dari fitur produk dan harga terhadap minat beli pada Spotify Premium. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif kausal. Teknik pengumpulan data adalah berjenis *survey* melalui penyebaran kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. Total responden yang terkumpul adalah 124 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda yang diolah dengan *software* IBM SPSS 26.

Hasil dari penelitian ini menemukan adanya (1) pengaruh parsial fitur produk yang signifikan dan positif terhadap minat beli, (2) pengaruh parsial harga yang signifikan dan positif terhadap minat beli, dan (3) pengaruh simultan dari fitur produk dan harga yang signifikan dan positif terhadap minat beli Spotify Premium.

Kata Kunci: Fitur Produk, Harga, Minat Beli

ABSTRACT

Name : Andrew Ong
Student ID : 6081901073
Title : *The Effect of Product Features and Price on Purchase Intention of Spotify Premium*

Digital transformation also had an impact towards the music industry, leading to the emergence of music streaming platforms that make listening to music easier and legally. Revenue from music streaming has now dominated revenue in the music industry market. Offering additional features is one of the revenue streams for music streaming platforms. Spotify offers features that can enhance better music listening experience called Spotify Premium. Spotify Premium has continuously experienced an increase in number of subscribers and revenue every year.

The purpose of this study is to examine the effect of product features and price on purchase intention of Spotify Premium. This research is a quantitative and causal research. Data collection technique used is survey by distributing questionnaires. The sampling technique used is non-probability sampling with purposive sampling. The total number of respondents collected was 124 respondents. The data analysis technique is multiple linear regression analysis using IBM SPSS 26 software.

The results of this study found that there was (1) a significant and positive partial effect of product features on purchase intention, (2) a significant and positive partial effect of price on purchase intention, and (3) a significant and positive simultaneous effect of product features and price on purchase intention of Spotify Premium.

Keywords: Product Features, Price, Purchase Intention

KATA PENGANTAR

Pertama-tama, Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas berkat dan penyertaan-Nya selama ini, penulis mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “Pengaruh Fitur Produk dan Harga Terhadap Minat Beli pada Spotify Premium”. Penulisan skripsi ini dilakukan dan diajukan sebagai salah satu syarat akademik dalam memperoleh gelar Sarjana (Strata 1) pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Penulisan skripsi ini hanya dapat diselesaikan karena adanya kontribusi, bimbingan, dan dukungan yang diberikan dari berbagai pihak kepada penulis. Dengan begitu, penulis ingin menyampaikan apresiasi dan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas rahmat dan berkat yang diberikan-Nya hingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan tuntas.
2. Keluarga penulis, papi, mami, kakak, dan adik yang telah mendukung penulis selama penulisan skripsi ini. Terutama kepada kedua orang tua yang telah membesarkan penulis selama ini dan mendidik penulis dengan baik. Dan karena doa dan dukungan yang terus-menerus penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Ibu Shelvi, S.AB., M.M. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

4. Bapak Dr. Rulyusa Pratikto, S.AB. M.S.E. selaku dosen pembimbing atas bimbingan, arahan, serta masukan-masukan yang sangat berguna yang selalu diberikan kepada penulis selama penulisan skripsi ini.
5. Dosen-dosen yang telah mengajar dan memberikan ilmu kepada penulis selama penulis menempuh Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan.
6. Sahabat-sahabat terdekat, Joseph Korano Karetji, Kevin James Widjoarto, Calvin Christian Gunawan, Bryan Bedhoron Kim Putra, Verdi Darmawan, Adrian Lesmana, dan Steven Tanaya sebagai teman sepermainan yang selama ini telah menemani, menyemangati dan menghibur penulis selama penulisan skripsi ini.
7. Bryan Justin Suntoso, S.AB. atas membantu dalam memberikan masukan kepada penulis selama penulisan skripsi.
8. Cornelius Williams Lie, S.AB. dan Muhammad Raafi Soerya sebagai teman yang membantu menyemangati penulis menyelesaikan penulisan skripsi.
9. Josevian Erris, S.AB. dan Ricco Ivan Lee, S.AB. sebagai teman perkuliahan yang telah membantu memberi saran dan menyemangati penulis dalam penulisan skripsi.
10. Giovanni Elbert, Clivent Maurits, dan Ariel Jethro Christopher Hotmatua Parulian, S.H., sebagai teman-teman seperjuangan skripsi yang telah membantu memberikan masukan dan informasi seputar penulisan skripsi.
11. Seluruh teman-teman penulis di Universitas Katolik Parahyangan atas dukungan yang telah diberikan kepada penulis.

12. Seluruh pihak-pihak yang telah berkontribusi dan memberikan dukungan yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari betul bahwa penulisan ini masih memiliki kekurangan dan tidak sempurna. Maka penulis sangat terbuka dalam menerima masukan, kritik, dan saran agar penulisan skripsi ini dapat mencapai hasil yang maksimal. Penulis berharap penulisan skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menjadi bahan pembelajaran di waktu yang akan datang.

Bandung, 20 Juni 2023

Andrew Ong

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODOLOGI.....	13
2.1 Teori dan Konsep	13
2.1.1 Produk.....	13
2.1.2 Harga.....	15
2.1.3 Minat Beli	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Kerangka Konseptual	26
2.4 Hipotesis Penelitian	26
2.5 Jenis Penelitian	28
2.6 Operasionalisasi Variabel.....	29
2.7 Populasi dan Sampel	30
2.7.1 Populasi.....	30
2.7.2 Sampel	30
2.8 Sumber Data	31
2.9 Teknik Pengumpulan Data	32
2.10 Skala Pengukuran	32
2.11 Teknik Analisa Data	33
2.11.1 Uji Instrumen Penelitian	33
2.11.2 Uji Asumsi Klasik.....	34

2.11.3 Analisis Regresi Linear Berganda	35
2.11.4 Uji Hipotesis	36
2.11.5 Koefisien Determinasi	37
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
3.1 Karakteristik Responden	38
3.2 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden	42
3.3 Hasil Uji Validitas	50
3.4 Uji Reliabilitas.....	52
3.5 Uji Normalitas	53
3.6 Uji Multikolinearitas	54
3.7 Uji Heteroskedastisitas	54
3.8 Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
3.9 Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	56
3.10 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	57
3.11 Koefisien Determinasi.....	58
3.12 Temuan & Pembahasan.....	59
3.12.1 Pengaruh Fitur Produk Terhadap Minat Beli Spotify Premium	59
3.12.2 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Spotify Premium.....	61
3.12.3 Pengaruh Fitur Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Spotify Premium.....	63
BAB IV KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	65
4.1 Kesimpulan.....	65
4.2 Rekomendasi	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 2. 2 Operasionalisasi Variabel	29
Tabel 2. 3 Skala Pengukuran Likert.....	33
Tabel 3. 1 Penggunaan Spotify	38
Tabel 3. 2 Jenis Kelamin.....	38
Tabel 3. 3 Usia	39
Tabel 3. 4 Jenjang Pendidikan	40
Tabel 3. 5 Jenis Pekerjaan.....	41
Tabel 3. 6 Pendapatan per Bulan.....	41
Tabel 3. 7 Kriteria Rata-Rata Tanggapan Responden.....	43
Tabel 3. 8 Rata-Rata Tanggapan Responden Variabel Fitur Produk.....	43
Tabel 3. 9 Rata-Rata Tanggapan Responden Variabel Harga.....	46
Tabel 3. 10 Rata-Rata Tanggapan Responden Variabel Minat Beli	48
Tabel 3. 11 Uji Validitas Fitur Produk (X1)	50
Tabel 3. 12 Uji Validitas Harga (X2).....	51
Tabel 3. 13 Uji Validitas Minat Beli (Y)	51
Tabel 3. 14 Uji Reliabilitas Variabel	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Global Recorded Music Industry Revenues 1999 – 2021.....	3
Gambar 1. 2 Logo Spotify.....	3
Gambar 1. 3 Tampilan Aplikasi Spotify	4
Gambar 1. 4 Tampilan Web Spotify	4
Gambar 1. 5 Fitur Spotify Premium.....	5
Gambar 1. 6 Premium Plan Spotify Indonesia per Mei 2023	6
Gambar 1. 7 Laporan Jumlah Pengguna dan Pendapatan Spotify Tahun 2022	7
Gambar 1. 8 Pertumbuhan Pengguna Spotify Premium Q1 2015 - Q4 2022	8
Gambar 1. 9 Pangsa Pasar Streaming Musik Global Berdasarkan Jumlah Subscribers 2021	9
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	26
Gambar 3. 1 Hasil Uji Normalitas.....	53
Gambar 3. 2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Gambar 3. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Gambar 3. 4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	55
Gambar 3. 5 Hasil Uji t	56
Gambar 3. 6 Hasil Uji F	57
Gambar 3. 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil SPSS Uji Validitas Fitur Produk.....	72
Lampiran 2 Hasil SPSS Uji Validitas Harga.....	73
Lampiran 3 Hasil SPSS Uji Validitas Minat Beli	74
Lampiran 4 Hasil SPSS Uji Reliabilitas Fitur Produk	74
Lampiran 5 Hasil SPSS Uji Reliabilitas Harga.....	74
Lampiran 6 Hasil SPSS Uji Reliabilitas Minat Beli	75
Lampiran 7 Kuesioner.....	75
Lampiran 8 Tabel Tabulasi Responden.....	78

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

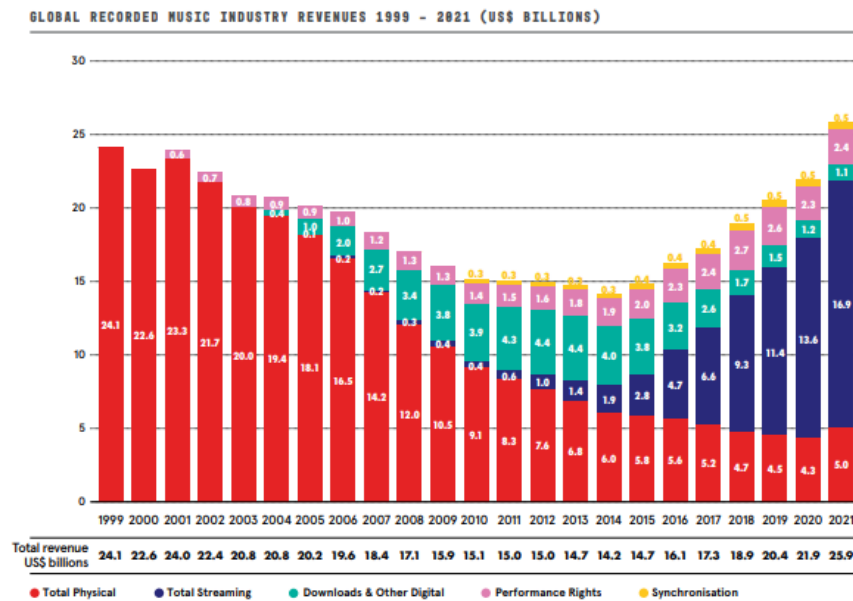
Dengan berjalannya waktu, tidak bisa dipungkiri bahwa kemajuan teknologi semakin pesat. Seluruh aspek kehidupan terdampak dengan adanya kemajuan teknologi. Salah satu hasil dari kemajuan teknologi merupakan adanya transformasi digital. Menurut Westerman et al. (2011) transformasi digital merupakan proses terjadinya perubahan pada organisasi yang melibatkan manusia, strategi, dan struktur dengan penggunaan teknologi dan model bisnis yang sesuai dalam peningkatan kinerja. Transformasi digital serta model bisnis yang sebagai hasil, telah mengubah ekspektasi dan perilaku konsumen, mendorong perusahaan konvensional serta mendisrupsi pasar (Verhoef et al., 2021). Maka adanya transformasi digital mendorong perubahan kegiatan dari cara tradisional menjadi cara yang lebih modern.

Industri musik menjadi salah satu industri yang terpengaruh adanya transformasi digital. Perubahan ini dapat dirasakan dari cara masyarakat mendengarkan musik itu sendiri. Dari menggunakan *vinyl* (piringan hitam), lalu ke CD dan kaset, hingga kini dapat diakses melalui internet atau secara digital. Awal mula musik digital dapat dinikmati dengan cara mengunduh lagu yang berarti tidak mengharuskan pendengar musik untuk memiliki produk fisik sehingga memperbolehkan pendengar untuk mendengarkannya secara mudah dan cepat. Pada 2014, untuk pertama kalinya jumlah pendapatan dari pengunduhan musik

digital dan *subscriptions* sama dengan pendapatan dari penjualan CD (Wall Street Journal, 2015).

Berkembangnya musik digital juga dialami di Indonesia. Berdasarkan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 210 juta dan tingkat penetrasi internet di Indonesia tumbuh 77,02% di tahun 2021 (APJII, 2022). Ini berarti Indonesia sendiri merupakan pasar yang besar bagi musik digital mengingat jumlah pengguna internet yang masif. Indonesia merupakan pasar musik digital terbesar di Asia yang berada di peringkat ketujuh dengan potensi pendapatan hingga USD 21 juta di tahun 2015 (Katadata.co.id, 2020).

Namun berkembangnya musik digital juga dilengkapi dengan permasalahan. Satu isu dari digitalisasi musik adalah memberi dampak pada peningkatan aksi pembajakan yang mengakibatkan pembuat karya menjadi korban utama (Barata & Coelho, 2021). Masalah ini mengakibatkan pada munculnya platform *music streaming* yang beroperasi secara legal sebagai upaya untuk menekan jumlah aksi pembajakan. Adanya penyedia jasa *music streaming* dapat berpotensi mengurangi pembajakan dengan menarik konsumen untuk beralih ke platform yang legal (Wlömert & Papies, 2016). Semenjak munculnya platform *music streaming*, pendapatan dari streaming musik terus meningkat. Berdasarkan data dari *International Federation of the Phonographic Industry* (2022), pada tahun 2021 pendapatan dari *global recorded music industry* didominasi oleh pendapatan dari total streaming sebesar 65% dengan jumlah nominal sebesar USD 16.9 miliar.



Gambar 1. 1 *Global Recorded Music Industry Revenues 1999 – 2021*

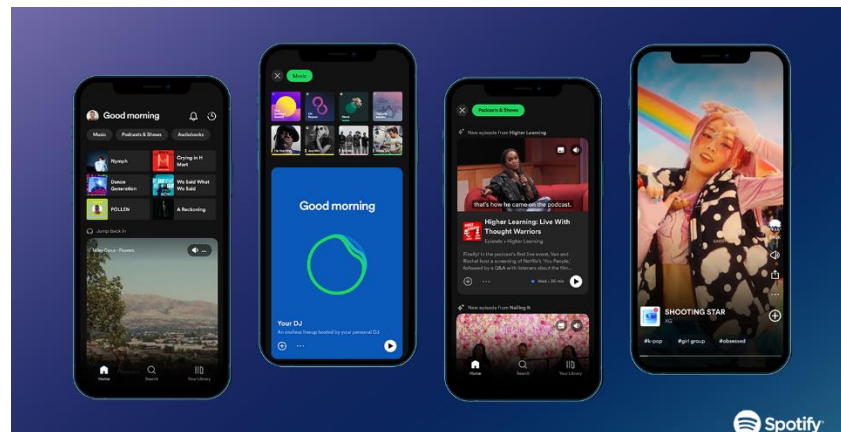
Sumber: IFPI Global Music Report 2022



Gambar 1. 2 Logo Spotify

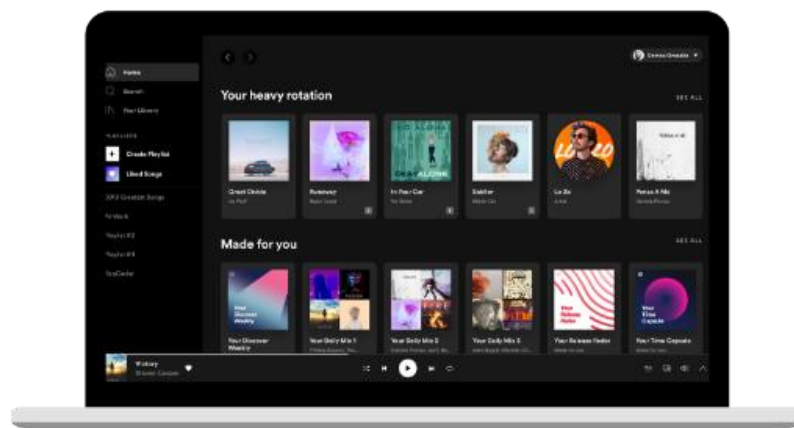
Sumber: Spotify NewsRoom

Spotify merupakan perusahaan platform penyedia layanan *music streaming online* yang memperbolehkan penggunaanya untuk mendengarkan musik secara bebas. Spotify didirikan di Stockholm, Swedia pada 23 April 2006 namun Spotify baru meluncurkan platformnya pada tahun 2008 dan mulai dapat diakses di beberapa negara di Eropa.



Gambar 1. 3 Tampilan Aplikasi Spotify

Sumber: Spotify NewsRoom

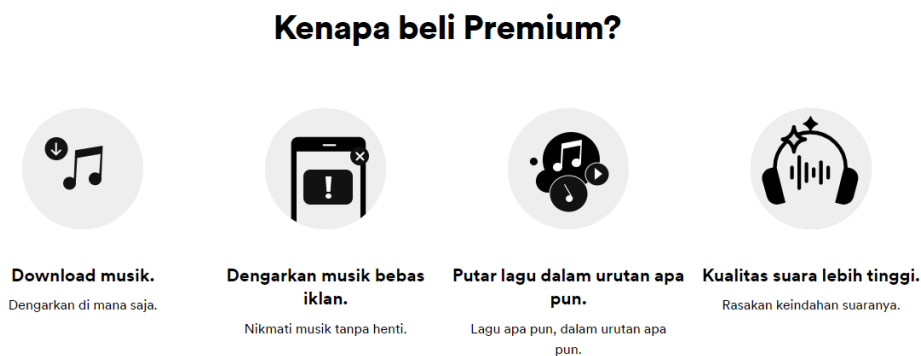


Gambar 1. 4 Tampilan Web Spotify

Sumber: Explore - Spotify

Spotify dapat diakses melalui aplikasi yang tersedia dan dapat diunduh di perangkat *smartphone* dan tablet dengan sistem operasi android maupun IOS, serta komputer atau pun dapat diakses via *website* resmi Spotify. Spotify menawarkan jutaan musik lokal mau pun internasional serta konten podcast yang memiliki perlindungan hak cipta digital. Per tahun 2023, Spotify memiliki lebih dari 100 juta musik dan 5 juta *podcasts*. Spotify pada dasarnya memiliki model bisnis *freemium* yang berarti memperbolehkan seluruh penggunanya untuk mendengarkan musik

secara gratis namun dengan adanya keterbatasan tertentu. Dalam model *freemium* terbagi dua yakni *Ad-Supported* (gratis) dan premium. Model premium ini berarti pengguna berlangganan dan memperoleh sejumlah fitur tambahan. Spotify Premium memiliki fitur-fitur utama yakni pengguna dapat mengunduh musik apa pun dan dapat didengarkan di mana saja, dengarkan musik bebas iklan, dapat memutar lagu apa pun dan dapat melewati lagu tanpa batas, serta pilihan kualitas audio lebih jernih.



Gambar 1. 5 Fitur Spotify Premium

Sumber: Spotify

Fitur-fitur ini lah yang menjadi daya tarik Spotify Premium. Pengguna yang berbasis gratis akan terdapat iklan pada setiap beberapa lagu yang terputar yang umumnya membuat pendengar menjadi merasa terganggu sehingga diciptakan fitur yang memperbolehkan pendengar menggunakan Spotify tanpa adanya iklan. Spotify yang merupakan platform musik *online* harus mengandalkan jaringan internet agar bisa memutar lagu, namun dengan fitur Spotify Premium, pengguna bisa mengunduh musik dan bisa diputar di mana saja bahkan tanpa internet. Kemudian fitur Spotify Premium juga memperbolehkan pengguna untuk mengurutkan lagu dan memutarinya sesukanya, beda dengan versi gratis yang

pemutaran lagunya secara acak. Dan juga terdapat manfaat yakni dapat menikmati lagu dengan kualitas audio yang lebih jernih dengan tersedianya pilihan kualitas yang diinginkan pengguna.

Untuk mengakses fitur premium tersebut, Spotify menawarkan beberapa paket harga berlangganan. Untuk paket harga di Indonesia sendiri di antaranya yakni Spotify *Mini*, *Individual*, *Student*, *Family*, dan *Duo Plan*. Paket harga disesuaikan oleh Spotify dengan kebutuhan dan keinginan pengguna. Setiap paketnya menawarkan keuntungan berbeda seperti jumlah perangkat yang bisa mengaksesnya dan juga pilihan jenis pembayaran yakni prabayar atau berlangganan. Tersedianya berbagai penawaran paket harga dalam berlangganan Spotify Premium bertujuan untuk menarik pengguna-pengguna dengan gaya hidup yang berbeda serta menjangkau beragam demografi dan kelompok usia (Spotify Annual Report, 2022).

<p>Satu kali bayar</p> <p>Mini</p> <p>Mulai Rp 2,500/hari 1 akun khusus ponsel</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dengarkan musik bebas iklan di ponsel ✓ Download 30 lagu di 1 perangkat seluler ✓ Putar lagu dalam urutan apa pun 	<p>3 bulan cuma Rp 54,990 dengan e-wallet dan pulsa</p> <p>Tersedia paket sekali bayar</p> <p>Individual</p> <p>Rp 54,990/bulan sesudah periode tawaran 1 akun</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Mendengarkan musik bebas iklan ✓ Putar di mana saja - bahkan secara offline ✓ Putar lagu dalam urutan apa pun ✓ Prabayar atau berlangganan 	<p>3 bulan cuma Rp 27,500 dengan e-wallet dan pulsa</p> <p>Tersedia paket sekali bayar</p> <p>Student</p> <p>Rp 27,500/bulan sesudah periode tawaran 1 akun</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diskon khusus untuk pelajar di tingkat universitas yang memenuhi syarat. ✓ Mendengarkan musik bebas iklan ✓ Putar di mana saja - bahkan secara offline ✓ Putar lagu dalam urutan apa pun ✓ Prabayar atau berlangganan 	<p>2 bulan cuma Rp 86,900 dengan e-wallet atau pulsa</p> <p>Tersedia paket sekali bayar</p> <p>Family</p> <p>Rp 86,900/bulan sesudah periode tawaran Sampai 6 akun</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 6 akun Premium untuk anggota keluarga yang tinggal serumah ✓ Mendengarkan musik bebas iklan ✓ Putar di mana saja - bahkan secara offline ✓ Putar lagu dalam urutan apa pun ✓ Prabayar atau berlangganan 	<p>2 bulan cuma Rp 71,490 dengan e-wallet atau pulsa</p> <p>Tersedia paket sekali bayar</p> <p>Duo</p> <p>Rp 71,490/bulan sesudah periode tawaran 2 akun</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 2 akun Premium untuk pasangan yang tinggal serumah ✓ Mendengarkan musik bebas iklan ✓ Putar di mana saja - bahkan secara offline ✓ Putar lagu dalam urutan apa pun ✓ Prabayar atau berlangganan
---	---	--	---	---

Gambar 1. 6 *Premium Plan Spotify Indonesia per Mei 2023*

Sumber: Spotify

Spotify per tahun 2022, dapat diakses di lebih dari 180 negara yang meliputi negara-negara pada benua Eropa, Amerika Utara, Amerika Selatan, Afrika, Asia, serta *Oceania*. Mengingat Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah pengguna internet yang tinggi, maka membuat Indonesia menjadi potensi pasar *streaming* musik yang besar. Spotify memutuskan untuk meluncurkan layanan *streaming*-nya pada tahun 2016, yang berarti dapat digunakan oleh seluruh penduduk Indonesia yang juga dilengkapi dengan pengaturan pilihan bahasa Indonesia.

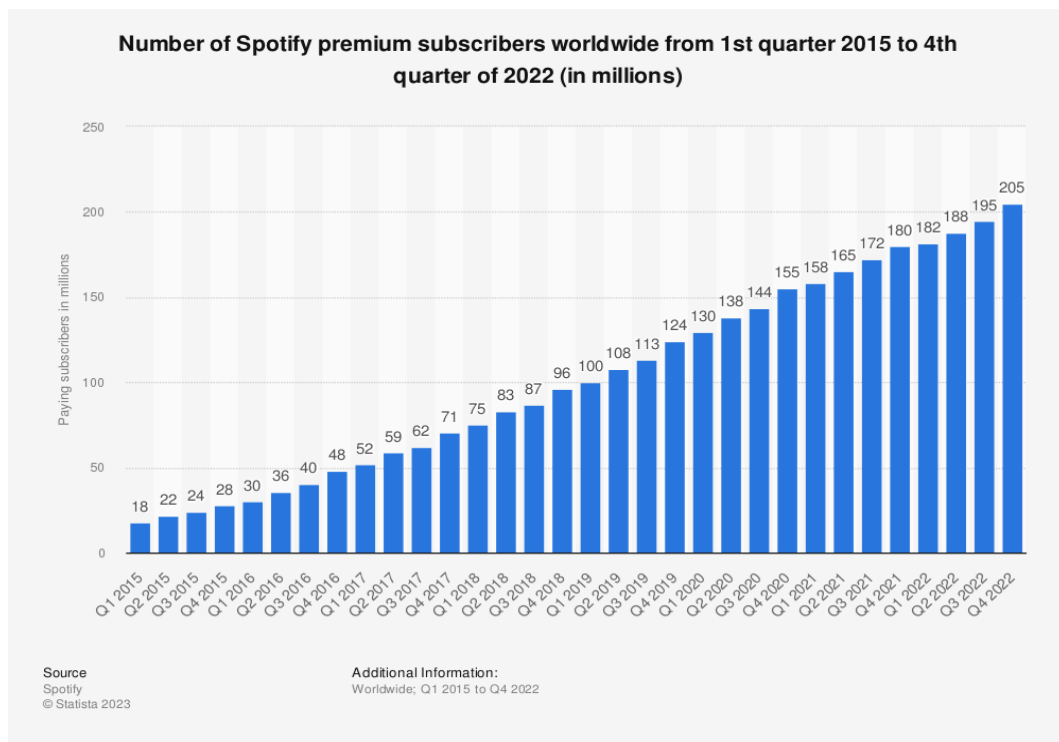
Dari dua sumber penghasilan utama Spotify, yakni dari model gratis (*Ad-Supported*) dan model berbayar (premium), diketahui bahwa Spotify Premium merupakan sumber pendapatan terbesar. Seperti yang dapat dilihat pada Gambar 1.7, per Q4 tahun 2022 pendapatan Spotify dari premium adalah 2,7 miliar Euro dan merupakan 86% dari total pendapatan dari Spotify Premium dan *Ad-Supported*. Jumlah pendapatan Spotify memiliki peningkatan sebesar 18% *year-on-year* pada Q4 tahun 2022.

USER & FINANCIAL SUMMARY	Q4 2021	Q3 2022	Q4 2022	Y/Y	Q/Q
USERS (M)					
Total Monthly Active Users ("MAUs")	406	456	489	20%	7%
Premium Subscribers	180	195	205	14%	5%
Ad-Supported MAUs	236	273	295	25%	8%
FINANCIALS (€M)					
Premium	2,295	2,651	2,717	18%	2%
Ad-Supported	394	385	449	14%	17%
Total Revenue	2,689	3,036	3,166	18%	4%

Gambar 1. 7 Laporan Jumlah Pengguna dan Pendapatan Spotify Tahun 2022

Sumber: Spotify Shareholder Deck Q4 2022

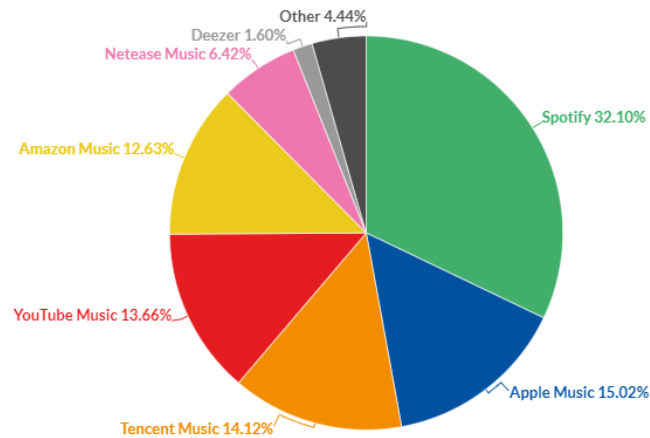
Pendapatan Spotify dari basis premium mengalami peningkatan cukup besar dikarenakan bertambahnya jumlah pengguna premium sendiri. Pengguna Spotify Premium memiliki peningkatan terus-menerus yang bisa dilihat pada Gambar 1.8. Pada Q4 2022, Spotify berhasil menembus 200 juta lebih pengguna premium. Ini adalah hasil dari pertumbuhan jumlah pengguna premium yang pesat setiap kuartalnya pada setiap tahun mulai dari Q1 2015.



Gambar 1. 8 Pertumbuhan Pengguna Spotify Premium Q1 2015 - Q4 2022

Sumber: Statista

Global music streaming marketshare by subscribers 2021 (%)

Gambar 1. 9 Pangsa Pasar Streaming Musik Global Berdasarkan Jumlah *Subscribers* 2021

Sumber: Business of Apps

Mengingat *music streaming* merupakan pasar yang besar dengan peminat yang banyak, Spotify bukanlah satu-satunya platform penyedia layanan streaming musik. Walaupun begitu, Spotify tetap menjadi pemegang posisi pertama dalam jumlah *subscribers* di dunia. Seperti pada Gambar 1.9 di atas, hingga tahun 2021, 32% dari total *subscriptions music streaming* adalah milik Spotify. Yang kemudian disusul Apple Music sebesar 15% sebagai peringkat kedua. Dapat dikatakan bahwa Spotify memimpin jauh dalam penguasaan pasar pada jumlah *subscription music streaming*.

Terjadinya peningkatan jumlah pengguna Spotify Premium hingga mendominasi pangsa pasar *music streaming* dunia ini dikarenakan banyaknya pengguna atau konsumen yang bersedia dan sudah melakukan pembelian. Pada suatu waktu tertentu dalam proses pembelian, konsumen harus berhenti untuk mencari serta mengevaluasi merek-merek alternatif dan segera melakukan

keputusan pembelian (Kotler & Armstrong, 2021). Maka selanjutnya konsumen akan mengembangkan minat atau kemungkinan untuk membeli suatu merek yang merupakan hasil dari tahap mengevaluasi alternatif yang ada. Ini berarti konsumen harus memiliki minat terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli atau berlangganan. Untuk mencapai minat beli konsumen, terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi munculnya minat tersebut. Menurut Kotler & Keller (2016), minat beli konsumen terbentuk dari faktor-faktor seperti pendapatan, harga, dan keuntungan produk yang diharapkan.

Dalam layanan *music streaming* berbasis model *freemium*, yang sebenarnya dijual kepada pasar adalah fitur-fitur pada platform tersebut. Pada model dasar dari platform *music streaming*, konsumen dapat mendengarkan musik secara gratis namun dengan adanya keterbatasan. Dengan adanya fitur-fitur tambahan yang ditawarkan akan menambah kegunaan dari model dasar dari platform *music streaming*. Adanya fitur-fitur tambahan tersebut merupakan sarana kompetitif dimana bertujuan sebagai diferensiasi antar satu platform dengan platform lainnya.

Maka yang menjadi sumber penghasilan dari platform penyedia layanan *music streaming* merupakan akses terhadap fitur-fitur premium. Pengguna diharuskan untuk berlangganan agar dapat menggunakan fitur-fitur tambahan yang meningkatkan fungsi dari platform tersebut. Maka peran penetapan harga menjadi penting karena harga adalah jumlah uang yang harus dikeluarkan konsumen dalam mendapatkan manfaat dari fitur-fitur yang akan diterimanya.

Maka penawaran utama dari Spotify Premium adalah fitur yang mereka miliki. Salah satu faktor yang mendasar yang dapat memunculkan minat beli

konsumen adalah dari sisi produk yang ditawarkan. Menurut Kotler & Armstrong (2021), dalam mengembangkan suatu produk meliputi menentukan keuntungan apa saja yang dapat ditawarkan kepada konsumen yang dapat disampaikan melalui atribut produk. Keuntungan dari suatu produk dapat dilihat salah satunya dari fitur pada produk tersebut. Produk yang memiliki fitur yang menarik dan sesuai dengan fungsionalitasnya dapat menimbulkan minat konsumen. Menurut penelitian dari Ramadhaniel & Azman (2018) yang meneliti faktor yang mempengaruhi minat berlangganan Astinet, menemukan bahwa fitur produk berpengaruh signifikan terhadap minat berlangganan.

Dalam penawaran berlangganan Spotify Premium, maka terdapat juga harga yang dikenakan atas fitur-fitur yang akan diterima pendengar. Harga juga dapat menimbulkan minat konsumen untuk membeli pada suatu produk dan menciptakan pertimbangan untuk melakukan pembelian. Perusahaan harus dapat menetapkan harga yang sesuai dengan produk yang ditawarkan agar dapat menarik keinginan konsumen untuk membeli. Berdasarkan penelitian oleh Yuslestrali & Anggrainie (2023) yang meneliti media *streaming* berbayar Netflix, menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap minat berlangganan.

Maka dari hasil uraian latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai Spotify dengan judul “Pengaruh Fitur Produk dan Harga Terhadap Minat Beli pada Spotify Premium”.

1.2 Identifikasi Masalah

Setelah uraian latar belakang penelitian yang sudah dijelaskan, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh fitur produk terhadap minat beli pada Spotify Premium?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap minat beli pada Spotify Premium?
3. Bagaimana pengaruh fitur produk dan harga terhadap minat beli pada Spotify Premium?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh dari fitur produk terhadap minat beli dari Spotify Premium.
2. Pengaruh dari harga terhadap minat beli dari Spotify Premium.
3. Pengaruh dari fitur produk dan harga terhadap minat beli dari Spotify Premium.