

**Pengaruh Persepsi Konsumen atas *Reliability* dan *Web Design*
terhadap *Brand Preference* pada Spotify Premium dan JOOX VIP**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen

Oleh :

Diky Kurniawan Haryanto

2017120115

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

**The Effect of Consumer Perception of *Reliability* and *Web Design*
on *Brand Preference* of Spotify Premium and JOOX VIP**



UNDERGRADUATE THESIS

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

By :

Diky Kurniawan Haryanto

2017120115

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY 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 PERSEPSI KONSUMEN ATAS *RELIABILITY*
DAN *WEB DESIGN* TERHADAP BRAND PREFERENCE
PADA SPOTIFY PREMIUM DAN JOOX VIP**

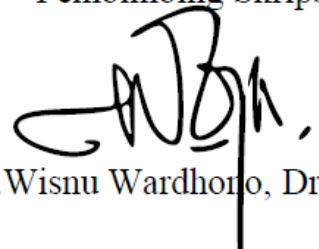
Oleh :

**Diky Kurniawan Haryanto
2017120115**

Bandung, 21 Februari 2021
Ketua Program Sarjana Manajemen,


Dr. Istiharini, CMA

Pembimbing Skripsi,


V. J. Wisnu Wardhono, Drs., MSIE

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Diky Kurniawan Haryanto
Tempat, tanggal lahir : Batang, 24 September 1999
Nomor Pokok Mahasiswa : 2017120115
Program Studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

JUDUL

PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN ATAS *RELIABILITY* DAN *WEB DESIGN* TERHADAP *BRAND PREFERENCE* PADA SPOTIFY PREMIUM DAN JOOX VIP

Dengan,

Pembimbing : Vincentius Josef Wisnu Wardhono, Drs., MSIE., CMA.
Ko Pembimbing : -

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 untkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta atau yang disebut plagiat (*plagiaris*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesarjanaan.

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

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan pada : 21 Februari
2021

Pembuat Pernyataan :



(Diky Kurniawan Haryanto)

ABSTRAK

Saat ini, kemajuan ilmu teknologi dan komunikasi sudah sangat berkembang, banyak aktivitas manusia yang tadinya dilakukan secara langsung kini berubah dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi. Salah satu aktivitas yang sudah digantikan dengan kecanggihan teknologi adalah aktivitas mendengarkan musik, yang sebelumnya orang akan mendengarkan musik dengan menggunakan kaset, DVD player, dan penyimpanan lagu pada perangkat elektroniknya sekarang sudah digantikan dengan adanya layanan streaming musik digital. Di Indonesia sudah terdapat layanan streaming musik digital yang diciptakan oleh perusahaan local maupun internasional, terdapat beberapa layanan streaming musik digital yang menguasai pasar konsumen di Indonesia, yaitu Spotify Premium dan JOOX VIP. Ditemukan data bahwa berdasarkan jumlah orang yang melakukan proses install aplikasi layanan streaming musik digital di Asia menunjukkan bahwa aplikasi JOOX lebih banyak di install dibandingkan aplikasi Spotify. Berdasarkan pengamatan langsung yang dilakukan peneliti di lingkungan kampus dan kerja, peneliti menemukan fenomena bahwa ternyata dari segi layanan streaming musik digital yang berbayar hasilnya dimenangkan oleh Spotify Premium dibandingkan dengan JOOX VIP.

Peneliti melakukan penelitian terdahulu untuk mencari tahu penyebab orang lebih memilih Spotify Premium daripada JOOX VIP dari segi layanan streaming musik digital berbayar. Peneliti kemudian menemukan penyebabnya yaitu dari persepsi konsumen terhadap dimensi *reliability* dan *web design* terhadap *brand preference* pada Spotify Premium dan JOOX VIP. Selanjutnya peneliti mempelajari lebih lanjut mengenai *Electronic Service Quality* dengan membaca jurnal dan buku sebagai referensi dalam menentukan model penelitian. Metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti ialah dengan melakukan pengumpulan data secara kuesioner yang kemudian hasilnya akan diolah secara kualitatif dan kuantitatif. Peneliti juga melakukan analisa *Importance Performance Analysis* untuk menemukan atribut-atribut pada dimensi *reliability* dan *web design* yang perlu untuk diperbaiki. Responden pada penelitian ini berjumlah 105 orang dengan teknik sampel yaitu *Judgment Sampling* dengan pertimbangan yakni responden yang harus sudah pernah menggunakan kedua layanan tersebut.

Berdasarkan hasil analisa data yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa konsumen lebih memilih Spotify Premium daripada JOOX VIP dari segi dimensi *reliability* dan *web design*. Penelitian ini menghasilkan bahwa *reliability* dan JOOX VIP ternyata berpengaruh signifikan terhadap *brand preference* konsumen. Dari penelitian ini juga dihasilkan bahwa dimensi *reliability* dan *web design* dari Spotify Premium sudah bagus dan perlu untuk dipertahankan, namun pada JOOX VIP, kedua dimensi itu dinilai masih buruk bagi konsumen sehingga konsumen lebih memilih Spotify Premium daripada JOOX VIP.

Kata Kunci: *Reliability, Web Design, Brand Preference, Importance Performance Analysis*

ABSTRACT

Nowadays, technology and communication science have been very advance, many human activities that were done directly are now changing by utilizing the technology. One of the activities that have been replaced with technology is the activity of listening to music, which previously people listened to music using cassettes, DVD players, and song storage on electronic devices has now been replaced with the existence of digital musik streaming services. In Indonesia there are already digital musik streaming services created by local and international companies, there are several digital music streaming services that dominate the consumer market in Indonesia, namely Spotify Premium and JOOX VIP. It was found that based on the number of people who install digital musik streaming service applications in Asia shows that JOOX application is more installed than Spotify application. Based on direct observations made by researchers in campus and work environments, researchers found the phenomenon that it turns out that in terms of paid digital musik streaming services, Spotify Premium won compared to JOOX VIP.

Researchers conducted preliminary research to find out why people prefer Spotify Premium over JOOX VIP in terms of paid digital musik streaming services. Researchers then found the cause is from consumer perception of the dimension of reliability and web design to Brand Preference on Spotify Premium and JOOX VIP. Furthermore, researchers learned more about Electronic Service Quality by reading journals and books as a reference in determining the research model. The research method conducted by researchers is to collect data in questionnaires and then the results will be processed qualitatively and quantitatively. Researchers also conduct Importance Performance Analysis to find attributes in the dimensions studied that need to be improved. Respondents in this study numbered 105 people with Judgment Sampling technique with the consideration that is the respondent who must have used both services.

Based on the results of data analysis that has been done, it can be concluded that consumers prefer Spotify Premium to JOOX VIP in terms of reliability and web design dimensions. This research shows that reliability and JOOX VIP have a significant effect on consumer brand preference. From this research it is also produced that the dimensions of reliability and web design from Spotify Premium are already good and need to be maintained, but at JOOX VIP, these two dimensions are still considered bad for consumers so that consumers prefer Spotify Premium over JOOX VIP.

Keywords: Reliability, Web Design, Brand Preference, Importance Performance Analysis

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat, karunia, serta berkat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penelitian mengenai Pengaruh Persepsi Konsumen atas *Reliability* dan *Web Design* terhadap *Brand Preference* pada Spotify Premium dan JOOX VIP tepat pada waktunya.

Segala proses telah peneliti hadapi untuk merancang proposal ini dari awal hingga akhirnya bisa terwujud. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua peneliti yang selalu memberikan kasih sayang dan juga semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih seluruh keluarga peneliti yang memberikan dukungan juga semangat kepada peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Yth. Ibu Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
2. Yth. Ibu Dr. Istiharini, CMA. selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Universitas Katolik Parahyangan dan juga Dosen yang sudah memberikan semangat dan referensi bacaan kepada peneliti..
3. Yth. Bapak Vincentius Josef Wisnu Wardhono, Drs., MSIE., CMA. sebagai dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, kesabaran serta senantiasa memberikan banyak masukan positif selama proses bimbingan.
4. Yth. Ibu Natalia Christi, S.T., MBA. selaku Dosen Wali dari peneliti selama menjalani masa perkuliahan.
5. Yth. Bapak Fernando Mulia, S.E., M.Kom., Ibu Rizka Nugraha Pratikna, S.E., M.M., dan Bapak Ronny Gunawan, S.E., M.M., CMA., selaku dosen yang telah memberikan masukan, doa dan semangat kepada peneliti.
6. Kepada Yehan Migasira, Nathania Sheren, Hasnarizqika Putri, dan Natasha Amanda selaku teman dekat penulis selama proses magang yang telah memberikan dukungan, dan motivasi kepada peneliti.

7. Seluruh rekan angkatan 2017 dan seluruh keluarga besar Sarjana Manajemen UNPAR yang telah memberikan semangat serta dukungan kepada peneliti.
8. Seluruh rekan mahasiswa di Fakultas Ekonomi UNPAR yang telah memberikan semangat dan motivasi.
9. Semua pihak yang tidak mungkin peneliti sebutkan satu per satu yang telah terlibat banyak membantu sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.
10. Terakhir, terima kasih banyak untuk Fani Swadini yang telah sabar berjuang menjadi orang yang spesial bagi peneliti, yang telah memberikan banyak dukungan, kritikan, semangat, dan yang selalu mengingatkan peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.

Peneliti sangat menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan pengetahuan, wawasan dan pengalaman yang dimiliki peneliti. Untuk itu, mohon maaf atas segala kekurangan yang ada dan penulis mengharapkan kritik maupun saran yang bersifat membangun bagi peneliti.

Akhir kata peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi institusi pendidikan dan semua pembaca.

Bandung, 21 Februari 2021



Diky Kurniawan Haryanto

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Bagi Perusahaan	6
1.4.2 Bagi Peneliti	6
1.4.3 Bagi Pihak Lain	6
1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	7
1.5.1 Kerangka Pemikiran	7
1.5.2 Hipotesis Penelitian	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kerangka Teori	10
2.1.1 Kualitas	10
2.1.2 Pelayanan	10
2.1.3 Kualitas Pelayanan	11
2.1.4 <i>Electronic Service Quality (E-ServQual)</i>	11
2.1.4.1 <i>Reliability (Kehandalan)</i>	12
2.1.4.2 <i>Web Design</i>	14
2.1.5 <i>Brand Preference</i>	17
BAB 3 METODE PENELITIAN	20
3.1 Metode dan Jenis Penelitian	20
3.2 Teknik Pengumpulan Data	21
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	21
3.4 Operasional Variabel	22

3.5	Pengukuran Variabel	26
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	27
3.7	Uji Asumsi Klasik	28
3.7.1	Uji Normalitas	28
3.7.2	Uji Multikolinearitas.....	29
3.7.3	Uji Heterokedastisitas	29
3.8	Teknik Analisis Data.....	29
3.9	Objek Penelitian.....	30
3.9.1	Unit Analisis.....	30
3.9.2	Profil Perusahaan.....	30
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN		32
4.1	Hasil Analisa Kualitatif Variabel Penelitian.....	32
4.1.1	Analisis Persepsi Konsumen Terhadap <i>Reliability</i>	32
4.1.1.1	Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Suara	32
4.1.1.2	Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kemudahan Proses Sinkronisasi.....	33
4.1.1.3	Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kelengkapan Lagu.....	34
4.1.1.4	Hasil Analisa rata-rata persepsi <i>Reliability</i>	36
4.1.2	Hasil Analisa Kualitatif Variabel <i>Web Design</i>	36
4.1.2.1	Analisa Persepsi Konsumen Terhadap Tampilan yang Indah dan Menarik.....	37
4.1.2.2	Analisa Persepsi Konsumen Terhadap Tampilan yang Tidak Membingungkan.....	38
4.1.2.3	Analisa Persepsi Konsumen Terhadap Keberagaman Fitur.....	39
4.1.2.4	Analisa Persepsi Konsumen Terhadap Kebermanfaatan Fitur.....	41
4.1.2.5	Analisa Persepsi Konsumen Terhadap Kecepatan Proses <i>Loading</i>	42
4.1.2.6	Analisa Persepsi Konsumen Terhadap Kemudahan Penggunaan Layanan.....	43
4.1.2.7	Hasil Analisa rata-rata persepsi <i>Web Design</i>	44
4.1.3	Hasil Analisa Kualitatif Variabel <i>Brand Preference</i>	44
4.1.3.1	Hasil Analisa rata-rata persepsi <i>Brand Preference</i>	48
4.2	Hasil Analisa Kuantitatif	49

4.2.1	Uji Asumsi Klasik	50
4.2.1.1	Uji Normalitas	50
4.2.1.2	Uji Multikolinearitas	51
4.2.1.3	Uji Heterokedastisitas	52
4.2.2	Analisis Regresi Linear Berganda	53
4.2.3	<i>Hasil Importance Performance Analysis</i>	56
4.2.3.1	<i>Importance Performance Analysis Spotify Premium</i>	56
4.2.3.2	<i>Importance Performance Analysis JOOX VIP</i>	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		65
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA		viii
LAMPIRAN		xi
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....		xlix

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Preliminary Research</i> "Mengapa lebih memilih menggunakan Spotify Premium daripada JOOX VIP?"	4
Tabel 2.1 Jurnal <i>Mapping Reliability</i>	13
Tabel 2.2 Jurnal <i>Mapping Web Design</i>	15
Tabel 2.3 Jurnal <i>Mapping Brand Preference</i>	18
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	23
Tabel 4.1 Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Spotify Premium.....	56
Tabel 4.2 Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja JOOX VIP	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat Layanan Streaming Musik Digital	2
Gambar 1.2 Peringkat Layanan dari sisi <i>Awareness, Usage</i> dan <i>Satisfaction</i>	3
Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran	7
Gambar 1.4 Peta <i>Importance Performance Analysis</i>	8
Gambar 3.1 Hasil Uji Reliabilitas.....	28
Gambar 4.1 Tanggapan Responden mengenai kualitas suara/audio yang lebih jernih	33
Gambar 4.2 Tanggapan Responden mengenai proses sinkronisasi yang mudah ..	34
Gambar 4.3 Tanggapan Responden mengenai lagu yang lengkap dan selalu <i>up to date</i>	35
Gambar 4.4 Rata-rata Tanggapan responden mengenai <i>reliability</i>	36
Gambar 4.5 Tanggapan Responden mengenai tampilan layanan yang indah dan menarik.....	37
Gambar 4.6 Tampilan Layanan Spotify Premium dan JOOX VIP	38
Gambar 4.7 Tanggapan Responden mengenai tampilan layanan yang tidak membingungkan	39
Gambar 4.8 Tanggapan Responden mengenai jumlah fitur yang tersedia.....	40
Gambar 4.9 Tanggapan Responden mengenai kebermanfaatan fitur	41
Gambar 4.10 Tanggapan Responden mengenai proses loading yang lebih cepat.	42
Gambar 4.11 Tanggapan Responden mengenai penggunaan layanan yang lebih mudah.....	43
Gambar 4.12 Rata-rata Tanggapan responden mengenai <i>web design</i>	44
Gambar 4. 13 Tanggapan responden mengenai “dalam hal layanan streaming musik digital, Anda lebih tertarik pada”	45
Gambar 4.14 Tanggapan Responden mengenai “dalam hal layanan streaming musik digital, Anda lebih memilih”.....	46
Gambar 4.15 Tanggapan Responden mengenai” dalam hal layanan streaming musik digital, Anda lebih menyukai”	47
Gambar 4.16 Tanggapan Responden mengenai “Jika Anda harus membeli layanan streaming musik digital, Anda lebih cenderung membeli”	48
Gambar 4.17 Rata-rata Tanggapan Responden mengenai <i>brand preference</i>	49
Gambar 4.18 Histogram Uji Normalitas	50
Gambar 4.19 Scatter Plot Uji Normalitas	51

Gambar 4.20 Coefficient Uji Multikolinearitas.....	52
Gambar 4.21 Scatter Plot Uji Heterokedastisitas	52
Gambar 4.22 Model Summary	53
Gambar 4.23 ANOVA	54
Gambar 4.24 Coefficients	54
Gambar 4.25 Peta <i>Importance Performance Analysis</i> Spotify Premium.....	57
Gambar 4.26 Peta <i>Importance Performance Analysis</i> JOOX VIP	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Angket Penelitian.....	xi
Lampiran 2: Rekapitulasi Jawaban Responden	xxii
Lampiran 3: Tabulasi <i>Importance Performance Analysis</i> JOOX VIP	xxxi
Lampiran 4: Tabulasi <i>Importance Performance Analysis</i> Spotify Premium...	xxxix

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini, kecanggihan teknologi dan informasi di Indonesia sudah sangat berkembang pesat, banyak orang sudah menggunakan kecanggihan teknologi khususnya penggunaan internet dalam melakukan kegiatan sehari-harinya baik dari mulai bangun tidur hingga menjelang tidur kembali. Menurut Sekjen APJII, Henri Kasyfi, survei yang melibatkan 5.900 sampel dengan *margin of error* 1,28 persen, menunjukkan hasil bahwa dari total populasi sebanyak 264 juta jiwa penduduk Indonesia, ada sebanyak 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8 persen yang sudah terhubung ke internet atau menggunakan internet (“APJII:Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa”,2019). Dari data itu menunjukkan bahwa penggunaan internet saat ini sangatlah memudahkan seseorang dalam beraktivitas baik aktivitas harian maupun hal yang berkaitan dengan pekerjaan. Seseorang dapat berkomunikasi dengan banyak orang, memesan makanan, mencuci baju, berpergian, menyimpan data dan hal-hal lainnya yang dapat dilakukan dengan menggunakan kecanggihan teknologi internet.











Kecanggihan internet pun saat ini memunculkan banyak industri yang bergerak secara digital dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi yang ada. Terdapat beberapa perusahaan yang memanfaatkan kecanggihan teknologi dalam produknya yaitu berupa layanan *streaming* musik digital. Layanan *streaming* musik digital ini sekarang telah merubah kebiasaan masyarakat khususnya generasi muda dalam hal mendengarkan musik, sebelumnya, orang bisa mendengarkan musik melalui gadgetnya jika orang tersebut memiliki *file* lagu itu pada gadgetnya,. Namun saat ini orang-orang bisa mendengarkan musik melalui gadgetnya tanpa harus mengunduh lagu terlebih dahulu, sehingga banyak orang merasa jika harus mengunduh lagu terlebih dahulu akan memenuhi kapasitas *memory* dari gadgetnya dan tidak bisa menyimpan lagu sebanyak mungkin yang diinginkan dan akhirnya memutuskan untuk menggunakan layanan *streaming* musik digital agar bisa

mendengarkan musik dengan mudah tanpa harus mengunduh lagu dan memenuhi kapasitas *memory* gadgetnya.

Di Indonesia, terdapat beberapa macam produk layanan *streaming* musik digital, ada banyak produk dengan karakteristiknya masing-masing. Terdapat 8 layanan *streaming* musik digital yang cukup digemari di Indonesia yaitu Guvera, JOOX, Ohdio, MelOn, Langit Musik, Apple *Musik*, Deezer dan juga Spotify (“Spotify Masuk, Total ada 8 Layanan Streaming Musik di Indonesia”,2016). Layanan *streaming* musik yang paling merajai pasar Indonesia adalah Spotify dan JOOX (“JOOX atau Spotify, Mana Layanan Streaming Musik yang Terbaik Untukmu?”,2020). Dua layanan *streaming* ini memiliki produk berbayar yaitu Spotify Premium dan juga JOOX VIP, layanan berbayar ini merupakan produk yang memberikan layanan mendengarkan lagu sepenuhnya terhadap konsumen untuk dapat menggunakan fitur aplikasi baik Spotify maupun JOOX. Peneliti sendiri juga merupakan pengguna dari Spotify Premium sejak tahun 2017 hingga saat ini dan juga pernah menggunakan JOOX untuk waktu yang tidak lama. Menurut data Ipsos pada tahun 2017 yang berjudul "*Targeting millennials using music streaming apps*", Spotify kalah peringkat dibandingkan dengan JOOX sebagai aplikasi yang paling banyak diinstal di Android dan iOS karena JOOX berada di peringkat 14 di Indonesia, dan Spotify berada pada peringkat 84 di Indonesia (Herranz, Clare, & Fion. 2018).

Gambar 1.1
Peringkat Layanan Streaming Musik Digital

Top Apps across iOS and Google Play

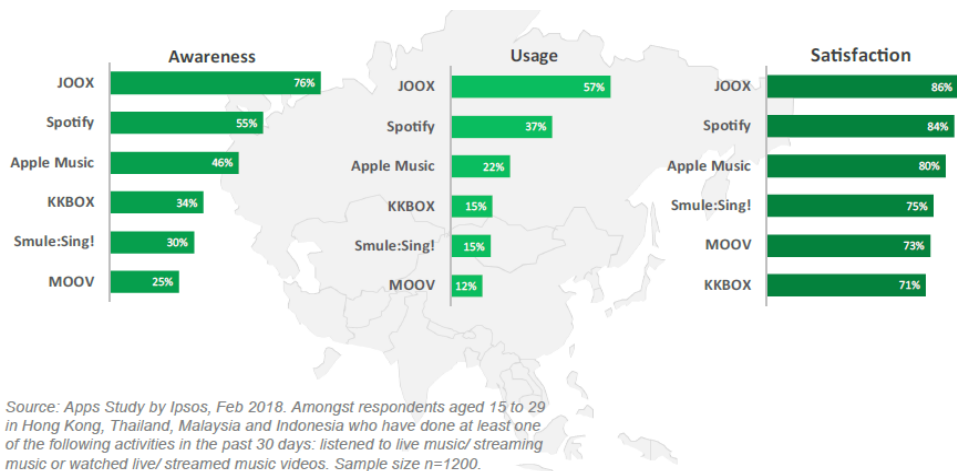
Malaysia			Indonesia		
	JOOX	#9		JOOX	#14
	Sing! by Smule	#16		Sing! by Smule	#15
	Spotify	#35		Spotify	#84
Thailand			Hong Kong		
	JOOX	#5		JOOX	#9
	Sing! by Smule	#54		Spotify	#28

Source: App Annie, annual data up to December 2017.
Figures shown are the rankings (#) for individual music streaming apps that could make it to the top 100 free downloaded apps. Figures in brackets are actual download figures.

Sumber: Herranz, Clare & Fion, (2018)

Dari gambar data di atas, dapat dilihat bahwa JOOX memenangkan persaingan dengan Spotify di Indonesia, bahkan juga di Malaysia dan Hongkong. Selain itu hal ini juga dilengkapi dengan data bahwa JOOX memimpin layanan *streaming* musik digital di Asia dari segi kegunaan, kepuasan dan *awareness* masyarakatnya jika pada layanan yang tidak berbayar.

Gambar 1.2
Peringkat Layanan dari sisi Awareness, Usage dan Satisfaction



Sumber: Herranz, Clare & Fion, (2018)

Dari gambar di atas, dapat dilihat juga bahwa JOOX lebih unggul dari Spotify dari sisi kegunaan, kepuasan dan *awareness* masyarakat di Asia. Namun berdasarkan pengamatan langsung yang dilakukan oleh peneliti selama satu tahun di Bandung melalui lingkungan pertemanan dan pekerjaan mengenai produk berbayar antara Spotify Premium dan JOOX VIP, menghasilkan data bahwa pengguna Spotify Premium lebih banyak dibandingkan JOOX VIP. Maka dari itu hal ini menarik bagi peneliti untuk melakukan *preliminary research* untuk mengetahui lebih lanjut alasan konsumen lebih memilih Spotify dibandingkan JOOX dalam hal layanan berbayar. *Preliminary Research* yang dilakukan hanya dilakukan kepada 18 orang, karena peneliti berfokus pada pencarian alasan secara mendalam dan bukan memfokuskan pada jumlah orang yang menjadi responden *Preliminary Research*.

Hasil dari *Preliminary Research*, peneliti menemukan bahwa 41 responden lebih memilih Spotify daripada JOOX dengan beragam alasan. Berikut data hasil *preliminary research*.

Tabel 1.1
Preliminary Research “Mengapa lebih memilih menggunakan Spotify Premium daripada JOOX VIP?”

Alasan	Jumlah Orang
Kualitas Suara dan kemudahan sinkronisasi yang dimiliki Spotify lebih baik daripada JOOX	15
Kelengkapan Lagu Spotify lebih unggul daripada JOOX	18
Fitur Spotify lebih terasa manfaatnya daripada JOOX	14
Tampilan Spotify simple dan lebih menarik sehingga mudah penggunaannya	14
Aplikasi Spotify lebih mudah penggunaannya dari awal mendaftar hingga penggunaan-penggunaan fiturnya.	14

Sumber: Hasil Pengolahan Data *Preliminary Research*

Dari hasil *preliminary research* di atas, diketahui bahwa dari 18 orang memiliki kecenderungan untuk lebih memilih Spotify daripada JOOX. Mereka lebih memilih Spotify karena merasa bahwa Spotify memberikan pelayanan yang lebih baik daripada JOOX. Dari 18 orang tersebut kemudian ditemukan bahwa pelayanan Spotify khususnya pada dimensi *reliability* menjadi sebuah variabel yang mempengaruhi orang untuk memilih Spotify. Kualitas suara yang dihasilkan dari lagu-lagu yang diputarkan menggunakan Spotify lebih jernih dibandingkan lagu-lagu yang diputarkan menggunakan JOOX. Kemudian dari sisi kelengkapan lagu, Spotify memiliki lagu yang lebih banyak dan lebih lengkap, contohnya ialah terdapat lagu dari era 90an hingga yang terbaru pun tersedia. Hasil *preliminary research* membuktikan bahwa kebanyakan orang memilih Spotify karena adanya kemudahan pada bagian sinkronisasinya. Sangat mudah untuk melakukan pemindahan akun pada *device* yang berbeda pada Spotify, contohnya membuka Spotify di PC dan

pada telepon genggam. Dari hasil *preliminary research* juga menunjukkan adanya dimensi *web design* juga menjadi variabel yang mempengaruhi orang untuk memilih Spotify dengan mengatakan bahwa mereka lebih memilih Spotify karena tampilan Spotify lebih minimalis, sederhana, tertata dengan rapih dan sangat memberikan kemudahan untuk menggunakannya sehingga lebih nyaman untuk digunakan daripada tampilan dari aplikasi JOOX. Di sisi lain juga orang-orang memilih Spotify karena fitur yang di berikan oleh Spotify lebih bermanfaat nyata seperti adanya fitur *share* di media sosial, fitur *playlist*, fitur antrean, fitur rekomendasi lagu, hingga fitur-fitur promosi yang lebih bermanfaat daripada fitur yang ada pada JOOX seperti fitur tema yang sebenarnya dinilai kurang penting bagi mereka. Dari hasil *preliminary research* dan data dari Ipsos ini dibentuklah sebuah penelitian lebih lanjut dengan judul “Pengaruh persepsi konsumen atas *reliability* dan *web design* terhadap *brand preference* pada Spotify Premium dan JOOX VIP)” untuk mengetahui masalah apa yang terjadi dan diharapkan dapat membantu memberikan solusi bagi kedua layanan berbayar Spotify Premium dan JOOX VIP.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Dari fenomena yang terjadi, peneliti merumuskan masalah yang ada menjadi :

1. Sejauh mana persepsi atas *reliability* pada Spotify Premium dan JOOX VIP?
2. Sejauh mana persepsi atas *web design* pada Spotify Premium dan JOOX VIP?
3. Bagaimana pengaruh *reliability* yang dimiliki Spotify Premium dan JOOX VIP terhadap *brand preference* konsumen?
4. Bagaimana pengaruh *web design* yang dimiliki Spotify Premium dan JOOX VIP terhadap *brand preference* konsumen?
5. Dari kedua variabel, variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap *brand preference* konsumen?
6. Apa atribut Spotify Premium yang perlu untuk dipertahankan, ditingkatkan, maupun dibiarkan?
7. Apa atribut JOOX VIP yang perlu untuk dipertahankan, ditingkatkan, maupun dibiarkan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui sejauh mana persepsi atas *reliability* pada Spotify Premium dan JOOX VIP.
2. Untuk mengetahui sejauh mana persepsi atas *web design* pada Spotify Premium dan JOOX VIP.
3. Untuk mengetahui pengaruh *reliability* yang dimiliki Spotify Premium dan JOOX VIP terhadap *brand preference* konsumen.
4. Untuk mengetahui pengaruh *web design* yang dimiliki Spotify Premium dan JOOX VIP terhadap *brand preference* konsumen.
5. Untuk mengetahui variabel yang paling berpengaruh terhadap *brand preference* konsumen.
6. Untuk mengetahui atribut Spotify Premium yang perlu untuk dipertahankan, ditingkatkan, maupun dibiarkan.
7. Untuk mengetahui atribut JOOX VIP yang perlu untuk dipertahankan, ditingkatkan, maupun dibiarkan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Perusahaan

Melalui penelitian ini, diharapkan Spotify dan JOOX mendapat lebih banyak informasi mengenai pengaruh dimensi *reliability* dan *web design* terhadap *brand preference* untuk memperbaiki dan mengembangkan layanan berbayar Spotify dan JOOX agar penggunaanya meningkat dan dapat bersaing secara sehat.

1.4.2 Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini, peneliti dapat mempelajari langsung dan menerapkan ilmu dan teori yang sudah peneliti dapatkan mengenai mengenai pengaruh dimensi *reliability* dan *web design* terhadap *brand preference* konsumen

1.4.3 Bagi Pihak Lain

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh dimensi *reliability* dan *web design* terhadap *brand preference* pada

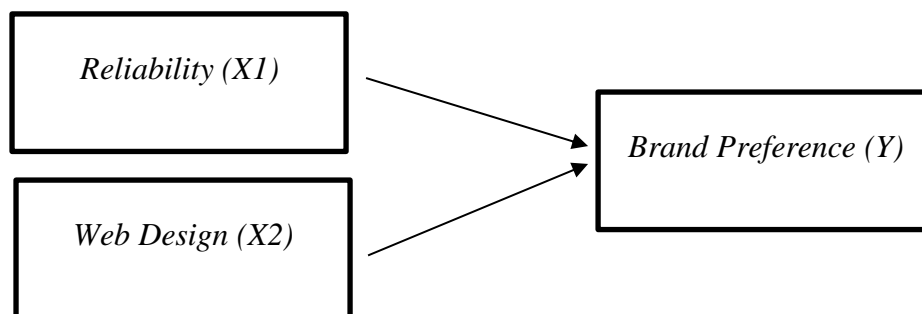
Spotify Premium dan JOOX VIP, serta dapat menambah pengetahuan bagi pihak yang ingin melakukan hal serupa.

1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

1.5.1 Kerangka Pemikiran

Dari hasil *preliminary research* yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan tiga variabel dalam penelitian ini, yaitu *reliability*, *web design* dan *brand preference*. *Reliability* dan *web design* merupakan dimensi dari *Electronic Service Quality (E-ServQual)*. *E-ServQual* disini merupakan layanan *streaming* musik digital Spotify Premium dan JOOX VIP. *Reliability* yang dimaksud dalam penelitian ini ialah mencakup kualitas suara, kelengkapan lagu, kemudahan sinkronisasi, dan keterbaharuan lagu, sedangkan *web design* yang dimaksud dalam penelitian ini ialah mencakup tampilan layanan, fitur layanan dan kemudahan penggunaan layanan baik *website* maupun aplikasi. Dari *Reliability* dan *Web Design* yang dimiliki oleh Spotify Premium dan JOOX VIP inilah yang akan diteliti untuk melihat persepsi konsumen terhadap *reliability* dan *web design* pada Spotify dan JOOX VIP melalui analisa kualitatif. Peneliti juga meneliti mengenai pengaruh dari *reliability* dan *web design* terhadap *brand preference* pada Spotify Premium dan JOOX melalui analisa kuantitatif menggunakan analisa regresi linear berganda. Berikut adalah model kerangka pemikiran dari peneliti:

Gambar 1.3
Kerangka Pemikiran



Sumber: Penulis

Tidak hanya itu saja, peneliti juga menggunakan analisa *importance performance analysis* untuk mengetahui atribut-atribut pada dimensi *reliability* dan *web design* pada Spotify Premium dan JOOX VIP yang perlu untuk diperbaiki,

dipertahankan maupun dibiarkan sehingga peneliti dapat memberikan saran yang tepat untuk kemajuan Spotify Premium dan JOOX VIP. Berikut adalah peta *importance performance analysis*.

Gambar 1.4
Peta *Importance Performance Analysis*



Sumber: Kotler & Keller (2012)

Dari gambar 1.4 di atas, maka dapat dipetakan tingkat kepentingan konsumen dan tingkat kinerja perusahaan, sehingga dapat diketahui posisi masing-masing dimensi pada keempat kuadran di atas. Kotler dan Keller (2012) menjelaskan setiap kuadran sebagai berikut:

1. *Concentrate Here*
High importance, low performance: required immediate attention for improvement and are major weakness.
2. *Keep up the good work*
High importance, high performance: indicate opportunities for achieving or maintaining competitive advantage and are major strength.
3. *Lower priority*
Low importance, low performance: are minor weaknesses and do not require additional effort.
4. *Possible overkill*

Low importance, high performance: indicate that business resources committed to these attributes would be overkill and should be deployed elsewhere.

Dengan mengetahui posisi kuadran dari masing-masing atribut dari dimensi *reliability* dan *web design* yang sudah ditentukan, maka peneliti bisa menjadikan hasil tersebut sebagai pedoman peneliti dalam memberikan saran perbaikan bagi Spotify Premium dan JOOX VIP.

1.5.2 Hipotesis Penelitian

Dari kerangka pemikiran di atas, dibentuklah hipotesis sebagai berikut:

1. H1: Persepsi atas *reliability* memiliki pengaruh terhadap *brand preference* konsumen Spotify Premium dan JOOX VIP.
2. H2: Persepsi atas *web design* memiliki pengaruh terhadap *brand preference* konsumen Spotify Premium dan JOOX VIP.
3. H3: Terdapat perbedaan besarnya pengaruh antara persepsi *reliability* dan persepsi *web design* terhadap *brand preference* konsumen Spotify Premium dan JOOX VIP.