

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SPOTIFY PREMIUM DI
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH:

CLARA MELINDA TRIYANTI

11211056

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2025

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SPOTIFY PREMIUM DI
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH:

CLARA MELINDA TRIYANTI

11211056

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2025

HALAMAN PENGAJUAN

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

The logo of Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta is a large, faint watermark in the background. It features a shield-like shape with a cross in the center, a dove at the top, and a book at the bottom. The text 'UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA' is written across the middle of the shield.

Disusun Oleh:

Clara Melinda Triyanti

11211056

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2025

PERNYATAAN PENYERAHAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Clara Melinda Triyanti
NIM/NIP/NIDN : 11211056
Program Studi : Manajemen
Judul Karya Ilmiah : Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Spotify Premium Di Daerah Istimewa Yogyakarta

dengan ini menyatakan:

- a. bahwa karya yang saya serahkan ini merupakan revisi terakhir yang telah disetujui pembimbing/promotor/reviewer.
- b. bahwa karya saya dengan judul di atas adalah asli dan belum pernah diajukan oleh siapa pun untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Kristen Duta Wacana maupun di universitas/institusi lain.
- c. bahwa karya saya dengan judul di atas sepenuhnya adalah hasil karya tulis saya sendiri dan bebas dari plagiasi. Karya atau pendapat pihak lain yang digunakan sebagai rujukan dalam naskah ini telah dikutip sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.
- d. bahwa saya bersedia bertanggung jawab dan menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku berupa pencabutan gelar akademik jika di kemudian hari didapati bahwa saya melakukan tindakan plagiasi dalam karya saya ini.
- e. bahwa Universitas Kristen Duta Wacana tidak dapat diberi sanksi atau tuntutan hukum atas pelanggaran hak kekayaan intelektual atau jika terjadi pelanggaran lain dalam karya saya ini. Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran dalam karya saya ini akan menjadi tanggung jawab saya pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Kristen Duta Wacana.
- f. menyerahkan hak bebas royalti noneksklusif kepada Universitas Kristen Duta Wacana, untuk menyimpan, melestarikan, mengalihkan dalam media/format lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), dan mengunggahnya di Repositori UKDW tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan pemilik hak cipta atas karya saya di atas, untuk kepentingan akademis dan pengembangan ilmu pengetahuan.
- g. bahwa saya bertanggung jawab menyampaikan secara tertulis kepada Universitas Kristen Duta Wacana jika di kemudian hari terdapat perubahan hak cipta atas karya saya ini.

- g. bahwa saya bertanggung jawab menyampaikan secara tertulis kepada Universitas Kristen Duta Wacana jika di kemudian hari terdapat perubahan hak cipta atas karya saya ini.
- h. bahwa meskipun telah dilakukan pelestarian sebaik-baiknya, Universitas Kristen Duta Wacana tidak bertanggung jawab atas kehilangan atau kerusakan karya atau metadata selama disimpan di Repositori UKDW.
- i. mengajukan agar karya saya ini: *(pilih salah satu)*

- ☒ Dapat diakses tanpa embargo.
☐ Dapat diakses setelah 2 tahun.*
☐ Embargo permanen.*

Embargo: penutupan sementara akses karya ilmiah.

*Halaman judul, abstrak, dan daftar pustaka tetap wajib dibuka.

Alasan embargo *(bisa lebih dari satu)*:

- ☐ dalam proses pengajuan paten.
☐ akan dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional.**
☐ akan diterbitkan dalam jurnal nasional/internasional.**
☐ telah dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional ... dan diterbitkan dalam prosiding pada bulan ... tahun ... dengan DOI/URL ... ***
☐ telah diterbitkan dalam jurnal ... dengan DOI/URL artikel ... atau vol./no. ... ***
☐ berisi topik sensitif, data perusahaan/pribadi atau informasi yang membahayakan keamanan nasional.
☐ berisi materi yang mengandung hak cipta atau hak kekayaan intelektual pihak lain.
☐ terikat perjanjian kerahasiaan dengan perusahaan/organisasi lain di luar Universitas Kristen Duta Wacana selama periode tertentu.
☐ Lainnya (mohon dijelaskan)

**Setelah diterbitkan, mohon informasikan keterangan publikasinya ke repository@staff.ukdw.ac.id.

***Tuliskan informasi kegiatan atau publikasinya dengan lengkap.

Yogyakarta, 19 Agustus 2025

Mengetahui,



Jonathan Herdioko, S.E., M.M.
 NIDN/NIDK 0522107101.

Yang menyatakan



Clara Melinda Triyanti
 NIM 11211056

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**“PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SPOTIFY PREMIUM DI DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA”**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

CLARA MELINDA TRIYANTI

11211056

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

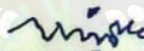
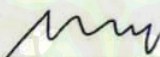
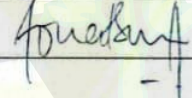
Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan **DITERIMA** untuk menerima salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Manajemen pada tanggal 14 Agustus 2025

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dra. Umi Murtini, M.Si.
(Ketua Tim Penguji/Dosen Penguji)
2. Dra. Ety Istriani, M.M.
(Dosen Penguji)
3. Jonathan Herdioko, S.E., M.M.
(Dosen Pembimbing)

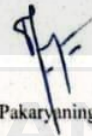
Yogyakarta, 19 Agustus 2025

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen





Dr. Perminas Pangeran, M.Si

Dr. Elok Pakaryuningsih, S.E., M.Si

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Clara Melinda Triyanti
NIM : 11211056
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Judul karya ilmiah : Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Spotify Premium di Daerah Istimewa Yogyakarta

Menyatakan yang sebenarnya bahwa karya ilmiah ini sepenuhnya adalah hasil karya tulis saya sendiri dan sesuai dengan arahan dari pembimbing. Karya atau pendapat pihak lain yang digunakan sebagai rujukan dalam naskah ini telah dikutip sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab. Apabila di kemudian hari didapati penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini, serta sanksi lain sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Kristen Duta Wacana.

Yogyakarta, 20 Agustus 2025

Yang menyatakan,



Clara Melinda Triyanti
NIM 11211056

DUTA WACANA

HALAMAN MOTTO

“Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur”

Filipi 4:6

“Percayakanlah segala usahamu kepada Tuhan, maka rencanamu akan berhasil”

Amsal 16:3

“Bermimpilah setinggi langit. Jika nanti jatuh, engkau akan jatuh diantara bintang-bintang”

Ir. Soekarno

“Karena masa depanmu sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang”

Amsal 23:18

DUTA WACANA

“Waktu aku merasa takut, aku percaya kepada-MU”

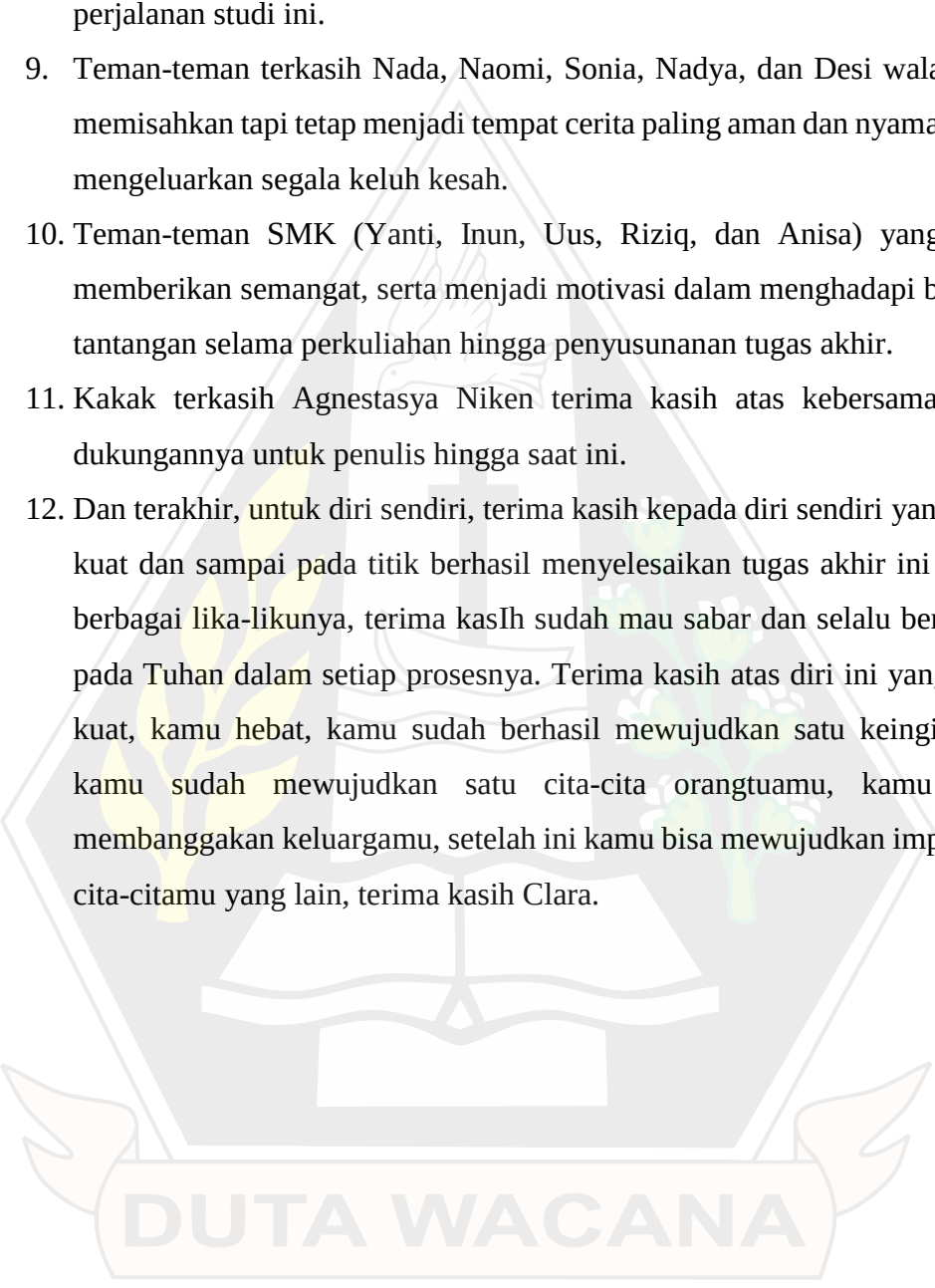
Mazmur 56:4

HALAMAN PERSEMBAHAN

Halaman ini merupakan ungkapan rasa syukur dan terimakasih penulis kepada semua orang yang telah terlibat secara langsung dan tidak langsung dalam mendukung dan membantu penulis menyelesaikan tugas akhir ini dan selama menempuh pendidikan di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.

1. Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini sampai dengan selesai.
2. Skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda Togu Saut Pasaribu dan Ibunda Yunyentina Ritonga. Terima kasih telah mengusahakan segalanya untuk anak bungsumu yang satu ini. Terima kasih selalu memberikan dukungan dan semangat untuk penulis. Terima kasih atas doa hebat yang selalu kalian panjatkan setiap harinya untuk penulis. Semoga Papa dan Mama sehat selalu dan selalu ada dalam lindungan Tuhan Yesus, dan selalu ada dalam setiap episode kehidupan penulis.
3. Untuk kakak kandung laki-laki penulis terkasih, Wilner Hotber Pasaribu, S.H dan Joshua Albert Oktavianus Pasaribu yang selalu menghibur, memberikan dukungan dan motivasi.
4. Kepada Dosen Pembimbing, Bapak Jonathan Herdioko, S.E., MM. yang selalu memberikan waktu, tenaga, pikiran dalam membantu dan mengarahkan penulis dalam pembuatan tugas akhir hingga akhirnya dapat terselesaikan dengan baik
5. Terima kasih kepada seluruh dosen Fakultas Bisnis di UKDW yang pernah mengajar maupun tidak atas bimbingan, ilmu dan wawasan yang Bapak/Ibu telah berikan kepada penulis selama penulis menempuh pendidikan.
6. Terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh responden yang telah bersedia mengisi kuesioner sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir

7. Teman-teman terkasih Livy, Ella, Ina yang sudah berproses bersama dalam penulisan skripsi ini. *See you on top!*
8. Mawar, Ana, Cantika, Christ, Edgar, Bang Kilo terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang kalian berikan selama perjalanan studi ini.
9. Teman-teman terkasih Nada, Naomi, Sonia, Nadya, dan Desi walau jarak memisahkan tapi tetap menjadi tempat cerita paling aman dan nyaman untuk mengeluarkan segala keluh kesah.
10. Teman-teman SMK (Yanti, Inun, Uus, Riziq, dan Anisa) yang selalu memberikan semangat, serta menjadi motivasi dalam menghadapi berbagai tantangan selama perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir.
11. Kakak terkasih Agnestasya Niken terima kasih atas kebersamaan dan dukungannya untuk penulis hingga saat ini.
12. Dan terakhir, untuk diri sendiri, terima kasih kepada diri sendiri yang sudah kuat dan sampai pada titik berhasil menyelesaikan tugas akhir ini dengan berbagai lika-likunya, terima kasih sudah mau sabar dan selalu berpegang pada Tuhan dalam setiap prosesnya. Terima kasih atas diri ini yang selalu kuat, kamu hebat, kamu sudah berhasil mewujudkan satu keinginanmu, kamu sudah mewujudkan satu cita-cita orangtuamu, kamu sudah membanggakan keluargamu, setelah ini kamu bisa mewujudkan impian dan cita-citamu yang lain, terima kasih Clara.



DUTA WACANA

KATA PENGANTAR

Segala Puji Hormat dan Kemuliaan bagi Tuhan Yesus Kristus atas segala rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan dan penelitian skripsi ini, dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Berlangganan Spotify Premium”. Sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Binis Universitas Kristen Duta Wacana.

Peneliti menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Jonathan Herdioko, S.E., MM. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, bimbingan, arahan, serta dukungan dari awal penulisan hingga skripsi ini bisa selesai sesuai dengan yang diharapkan. Sahabat dan teman-teman yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dengan ini besar harapan penulis, semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi pembaca. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang diberikan oleh pembaca sehingga penulis bisa melengkapi kekurangan dari skripsi ini.

Yogyakarta, 22 Juli 2025

Penulis



Clara Melinda Triyanti

11211056

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGANTAR	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Batasan Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Persepsi Harga.....	6
2.1.2 Promosi	7
2.1.3 Kualitas Produk.....	8
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	9
2.2 Penelitian Terdahulu	10
2.3 Kerangka Berpikir	12
2.4 Pengembangan Hipotesis	13
BAB III METODE PENELITIAN	16
3.1 Desain Penelitian	16
3.2 Populasi, Sampel, Teknik Sampling.....	16
3.3 Data Primer dan Data Sekunder.....	18

3.4	Definisi Operasional Variabel	18
3.5	Pengukuran Variabel.....	20
3.6	Teknik Analisis Data	21
4.6.1	Analisis SEM (Structural Equation Modelling)	21
4.6.2	PLS (Partial Least Square)	22
4.6.2.1	Tahapan Analisis PLS	23
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		31
4.1	Hasil Pengumpulan Data	31
4.2	Karakteristik dan Profil Responden.....	31
4.3	Analisis Data dan Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)	33
4.4	Uji Validitas Konvergen (<i>Outer Loading</i>).....	34
4.5	Uji Validitas Diskriminan (<i>Cross Loading</i>)	37
4.6	Uji Reliabilitas	41
4.7	Uji Hipotesis / Struktural Model (Inner Model)	43
4.7.1	<i>R-square</i> (R^2).....	43
4.7.2	F-Square	44
4.7.3	Model Fit	45
4.7.4	Goodness of Fit	46
4.8	Pengujian Hipotesis (Boostrapping)	47
4.9	Pembahasan Hasil Penelitian	48
4.9.1	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	48
4.9.2	Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	49
4.9.3	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	50
BAB V PENUTUP		51
5.1	Kesimpulan	51
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	52
5.3	Saran	52
DAFTAR PUSTAKA.....		53
LAMPIRAN		56

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Harga Paket Langganan Spotify Premium	1
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	19
Tabel 3.2 Pengukuran Variabel	21
Tabel 4.1 Penyebaran Kuesioner	31
Tabel 4.2 Karakteristik dan Profil Responden	32
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Konvergen (<i>Outer Loading</i>)	34
Tabel 4.4 Hasil <i>Avarage Covariance Extracted</i> (AVE).....	37
Table 4.5 Hasil Uji Validitas Diskriminan (<i>Cross Loading</i>)	37
Tabel 4.6 Hasil Uji Fornell-Larcker	39
Tabel 4.7 Hasil Uji Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT).....	40
Tabel 4.8 Hasil Uji Composite Reliability	41
Tabel 4.9 Hasil Uji Cronbach's Alpha.....	41
Tabel 4.10 Hasil Uji VIF	42
Tabel 4.11 Hasil Uji R-Square/R ²	44
Tabel 4.12 Hasil Uji F-Square	44
Tabel 4.13 Hasil Uji Model Fit	45
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	46
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i>	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Aplikasi Streaming Music Pilihan Masyarakat Indonesia ...	2
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	12
Gambar 4.1 Outer Model.....	34
Gambar 4.2 Inner Model	43



LAMPIRAN

Lampiran 1.....	55
Lampiran 2.....	60
Lampiran 3.....	66
Lampiran 4.....	67
Lampiran 5.....	67
Lampiran 6.....	68
Lampiran 7.....	68
Lampiran 8.....	69
Lampiran 9.....	70
Lampiran 10.....	70
Lampiran 11.....	70
Lampiran 12.....	71
Lampiran 13.....	71
Lampiran 14.....	71
Lampiran 15.....	72
Lampiran 16.....	73
Lampiran 17.....	74
Lampiran 18.....	75
Lampiran 19.....	75
Lampiran 20.....	76
Lampiran 21.....	77

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SPOTIFY PREMIUM DI
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

CLARA MELINDA TRIYANTI

11211056

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Email: claramelinda69@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi harga, promosi, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Spotify Premium Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan PLS-SEM pada 115 responden pengguna Spotify Premium. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga, promosi, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Nilai R-square sebesar 0,658 menandakan bahwa 65,8% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Temuan ini menegaskan pentingnya harga yang sesuai, promosi yang efektif, dan kualitas produk yang baik dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Spotify Premium.

Kata kunci: Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan

**THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTIONS, PROMOTIONS AND
PRODUCT QUALITY ON SPOTIFY PREMIUM CUSTOMER
SATISFACTION IN THE SPECIAL REGION OF YOGYAKARTA**

CLARA MELINDA TRIYANTI

11211056

Department Management Faculty of Business

Duta Wacana Christian University

Email: claramelinda69@gmail.com

ABSTRACT

This study analyzes the effect of price perception, promotions, and product quality on customer satisfaction of Spotify Premium in the Special Region Of Yogyakarta. Using a quantitative approach with PLS-SEM, data were collected from 115 respondents. The findings reveal that price perception, promotion, and product quality have a positive and significant effect on customer satisfaction.

The R-square value of 0,658 indicates that 65,8% of customer satisfaction is explained by these variables. The results emphasize the importance of fair pricing, effective promotion, and high product quality in enhancing Spotify Premium customer satisfaction.

Keywords: Price Perception, Promotion, Product Quality, Customer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, aplikasi *streaming music* menjadi pilihan utama masyarakat dalam menikmati musik secara fleksibel, baik saat terhubung dengan internet maupun secara offline. Layanan seperti Spotify, Joox, dan Youtube Music menyediakan berbagai fitur unggulan seperti playlist, radio, podcast, dan pengunduhan lagu. Dalam beberapa tahun terakhir, Spotify muncul sebagai pemimpin pasar dengan lebih dari 200 juta pengguna aktif secara global.

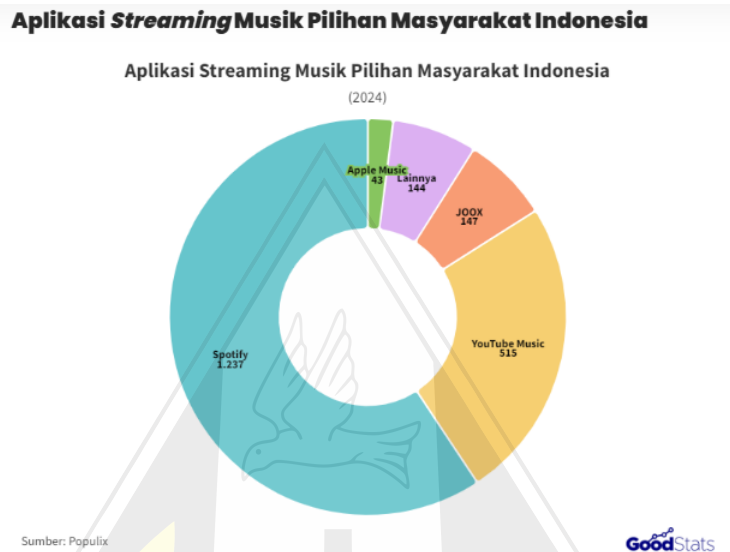
Spotify menyediakan dua tipe layanan, yakni versi gratis dengan iklan dan versi premium berbayar yang menawarkan pengalaman mendengarkan tanpa gangguan iklan dan akses offline. Layanan ini memiliki berbagai paket berlangganan dengan harga bervariasi, mulai dari harian hingga keluarga, dan metode pembayaran yang mudah diakses seperti e-wallet dan pulsa.

Tabel 1. 1 Harga Paket Langganan Spotify Premium

No	Kategori Langganan	Harga
1.	Paket Mini	Rp 10.700/hari
2.	Paket Student	Rp 27.500/bulan
3.	Paket Individual	Rp 54.990/bulan
4.	Paket Duo	Rp 71.490/bulan
5.	Paket Family	Rp 86.900/bulan

Sumber: Spotify, 2025

Gambar 1.1
Aplikasi Streaming Musik Pilihan Masyarakat Indonesia



Sumber: Populix, 2024

Berdasarkan data dari Populix (2024) yang ditampilkan dalam diagram, Spotify menjadi aplikasi streaming musik pilihan utama masyarakat Indonesia pada tahun 2024, dengan jumlah pengguna mencapai 1.237. Posisi kedua ditempati oleh Youtube Music dengan 515 pengguna, kemudian diikuti oleh JOOX dengan 147 pengguna. Sementara itu, Apple Music hanya digunakan oleh 43 pengguna, dan aplikasi lain yang termasuk dalam kategori lainnya mencapai 144 pengguna. Temuan ini mengindikasikan bahwa Spotify mendominasi pasar layanan streaming music di Indonesia, meninggalkan para kompetitornya dengan perbedaan jumlah pengguna yang cukup signifikan.

Menurut Kotler dan Keller (2016), bagaimana konsumen menilai kesesuaian harga terhadap manfaat yang diterima dikenal sebagai persepsi harga. Selain itu, strategi promosi yang digunakan perusahaan juga memiliki pengaruh besar dalam menyampaikan informasi dan membentuk keputusan konsumen (Purnmaa et al.,

2016). Di sisi lain, kualitas produk dilihat dari seberapa baik produk memenuhi harapan pengguna (Kotler & Keller, 2018). Jika aspek-aspek tersebut berjalan dengan baik, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan, yaitu perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan harapan dengan kenyataan (Kotler & Keller, 2016).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan di atas, perlu dilakukan pendalaman lebih lanjut mengenai persepsi harga dan promosi sebagai variabel yang memengaruhi keputusan berlangganan. Maka uraian permasalahan penelitian sebagaimana berikut:

- a. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
- b. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
- c. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk menguji pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Untuk menguji pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Merujuk pada pokok-pokok bahasan yang dijelaskan di bagian pendahuluan, studi ini diproyeksikan akan memberikan manfaat seperti:

- a. Bagi Peneliti

Meningkatkan pengalaman peneliti dalam menerapkan teori tentang persepsi harga, promosi, kualitas produk untuk memahami bagaimana konsumen membuat keputusan berlangganan suatu produk.

b. Bagi Masyarakat

Dapat menyajikan informasi yang berguna bagi masyarakat dalam menentukan layanan streaming musik yang paling sesuai dengan preferensi dan standar kualitas yang diharapkan.

c. Bagi Perusahaan

Temuan penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi berupa saran berharga untuk Spotify. Tujuannya adalah untuk membantu mereka meningkatkan kualitas produk dan membangun kepercayaan konsumen, sehingga mendorong pelanggan untuk memilih dan terus menggunakan layanan Spotify.

1.5 Batasan Penelitian

- a. Tempat penelitian akan dilakukan oleh Konsumen di Kota Yogyakarta.
- b. Waktu penelitian akan dilakukan 5 bulan yakni Februari 2025-Juli 2025.
- c. Responden dari studi ini meliputi gender, usia, pekerjaan, pengeluaran, daerah asal.
- d. Variabel penelitian mencakup:

- Variabel Independen

- 1) Persepsi Harga

Menurut Hayati (2019), persepsi harga mengacu pada bagaimana pelanggan mengevaluasi harga suatu produk, yaitu apakah harga tersebut terlalu tinggi, terlalu rendah, atau sesuai dengan standar yang diharapkan.

2) Promosi

Menurut Saladin (2003), promosi merupakan bagian dalam strategi pemasaran yang dimanfaatkan perusahaan untuk memberi informasi, mengingatkan, serta membujuk konsumen mengenai produk mereka.

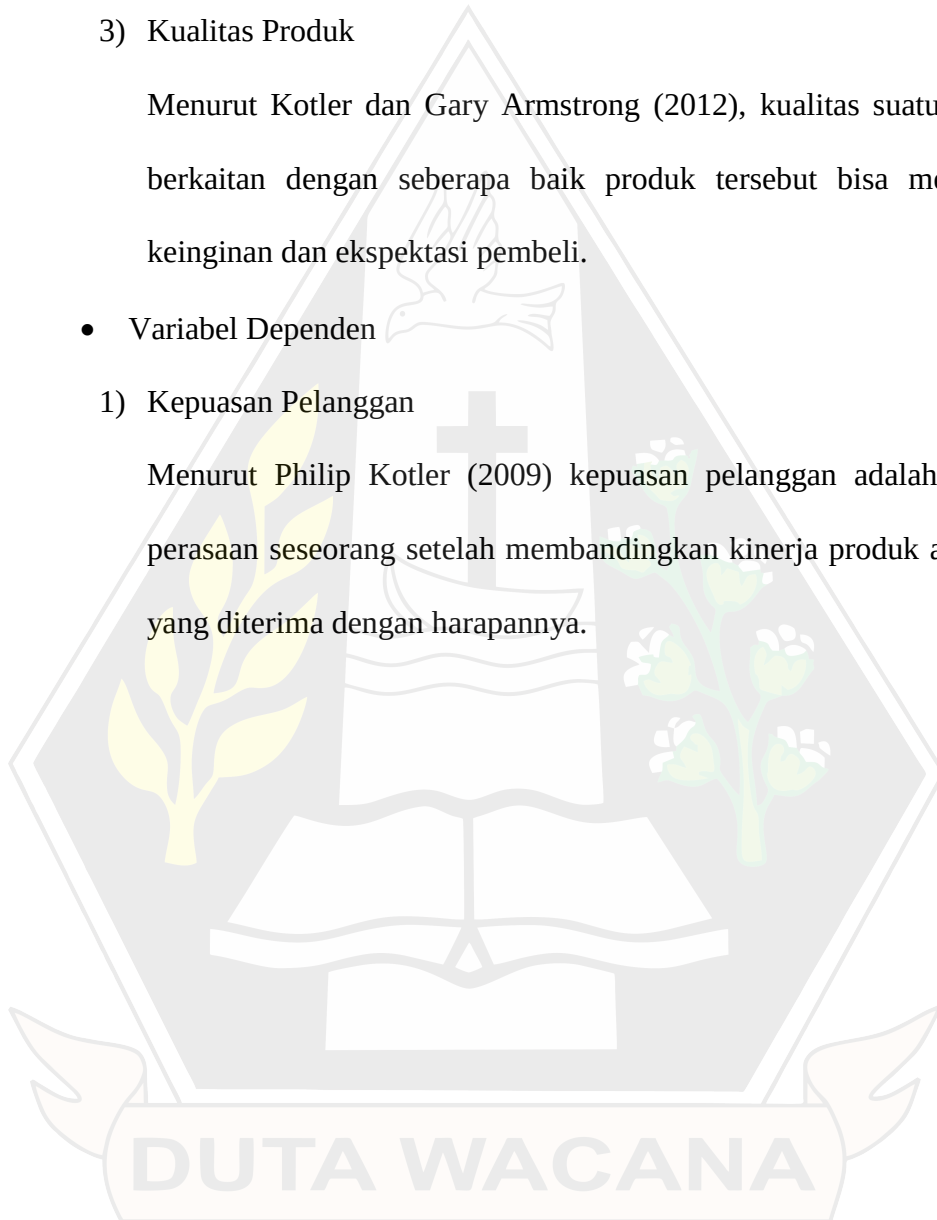
3) Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Gary Armstrong (2012), kualitas suatu produk berkaitan dengan seberapa baik produk tersebut bisa memenuhi keinginan dan ekspektasi pembeli.

- Variabel Dependen

1) Kepuasan Pelanggan

Menurut Philip Kotler (2009) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapannya.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan dari data yang diuji menggunakan metode SEM-PLS, penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan utama yaitu:

1. Persepsi Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Spotify Premium di Daerah Istimewa Yogyakarta, di mana jika konsumen menilai harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat dan kualitas layanan yang diberikan, maka hal tersebut akan mendorong mereka merasa puas terhadap produk dan layanan Spotify Premium.
2. Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Spotify Premium di Daerah Istimewa Yogyakarta. Di mana, jika promosi yang dilakukan mampu menjangkau konsumen secara efektif melalui berbagai media, seperti iklan digital, media sosial, media sosial, maupun kolaborasi dengan influencer atau artis, maka hal tersebut akan meningkatkan kesadaran serta pengetahuan konsumen terhadap manfaat layanan. Dengan adanya promosi yang menarik dan informatif, konsumen merasa lebih terhubung dengan produk, sehingga mendorong mereka merasa puas terhadap layanan Spotify Premium.
3. Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Spotify Premium di Daerah Istimewa Yogyakarta. Artinya, semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, seperti fitur yang lengkap, kemudahan penggunaan, dan pengalaman mendengarkan yang nyaman, maka semakin besar pula

kemungkinan konsumen untuk merasa puas terhadap layanan Spotify Premium.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Dari temuan ini melibatkan variabel Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Banyak faktor lain yang memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Peneliti mengumpulkan data hanya dilakukan pada objek Spotify Premium.

5.3 Saran

Peneliti akan mengajukan beberapa saran yakni:

1. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain selain variabel Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Produk agar hasilnya lebih komprehensif.
2. Penelitian selanjutnya mampu mengumpulkan data dari beberapa platform streaming musik, seperti Apple Music, Youtube Music, untuk membandingkan strategi promosi dan kepuasan pelanggan di antara platform-platform tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Alief Amanullah Fairuz, R. A. (N.D.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian* (Studi Kasus Pada Showroom Ud. Hikmah Motor Group Malang). 22.
- Armstrong, K. A. (2018). *Indikator Persepsi Harga*.
- Astawa, P. A. (2022). Gaya Hidup, Harga, Dan Keputusan Pembelian Spotify Premium. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4, 346-355.
- Bagus Setyawan, N. M. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Suryamart. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5.
- Basuki, H. (2020). *Hubungan Antara Usia, Jenis Kelamin, Tingkat Pendidikan Dan Tingkat Pendapatan Dengan Literasi Keuangan Pelaku Usaha Burjo Di Kawasan Universitas Negeri Semarang*. 25-26.
- Dwi Indah Utami, N. H. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Apple Music. *Jekma Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3, 11-19.
- Ernanda, D. R. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Spotify Premium.
- Fajar Wahyudi Putera, R. R. (2025). The Influence Of Total Quality Management (Tqm) And Service Quality (Servqual) On Customer Satisfaction Of Netflix Service. *Journal Of Accounting And Finance Management*, 6.
- GoodStats. (2024, Juli 21), *Aplikasi Streaming Musik Pilihan Masyarakat Indonesia 2024*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/spotify-jadi-aplikasi-streaming-musik-pilihan-masyarakat-indonesia-H5BKU>.
- Gunawan1, M. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Promosi Terhadap. *Juma - Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 25, 64-74.

Hair, J. H. (2014). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem)*. Sage Publications.

Hellier, P. K. (2003). Customer Repurchase Intention: A General Structural Equation Model. *European Journal Of Marketing*, 1762-1800.

Jihan Cinta Permata Heri, M. T. (2023). *The Effect Of Price Fairness And E-Service Quality On Loyalty With Customer Satisfaction As An Intervening On Netflix Users*. 3.

Keller, K. D. (2016). *Marketing Management*.

Kim, J. (2021). Platform Quality Factors Influencing Content Provider's Loyalty. *Journal Of Retailing And Consumer Services*, 60.

Kotler. (2013). *Definisi Persepsi Harga*.

Kotler, P. &. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.

Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*.

Michelle Gunawan, L. G. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Spotify Premium Di Banjarmasin Selatan. *Juma - Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 65.

Noi Gitas Syahlita, W. D. (2024). Pengaruh Perceived Value Dan Harga Terhadap Minat Belanggan Spotify Premium Yang Dimoderasi Oleh Usia Pengguna. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2.

Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model Of The Antecedents And Consequences Of Satisfaction Decisions. *Journal Of Marketing Research*, 460-469.

Rani, P. (2014). *Factors Influencing Consumer Behavior*.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

Thaniedsa, S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Brand Switching Dengan Variety Seeking Sebagai Moderasi. *Studi Kasus Brand Switching Pengguna Smartphone Samsung Ke Smartphone Lain Di Dki Jakarta*, 107-110.

Tjiptono. (2014). *Strategi Pemasaran*.

Uswatun Khoiria, S. (2025). Pengaruh Brand Experience, Online Advertising, dan User Experience terhadap Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi Streaming Musik Spotify di Kalianda. *Indonesian Research Journal on Education*, 5.

Yakin, A. (2024). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Dengan E-Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Aplikasi Bsi Mobile Jabodetabek*.

Yanti Mayasari Ginting, E. N. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Minat Beli Ulang Terhadap Spotify Premium Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6.

