

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
BERLANGGANAN APLIKASI *STREAMING* MUSIK**

**ISMIANI PUSPITA SARI
1705617089**



Skripsi Ini Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar **Sarjana Ekonomi** pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

***FACTORS AFFECTING INTERESTS IN SUBJECT OF MUSIC
STREAMING APPLICATIONS***

**ISMIANI PUSPITA SARI
1705617089**



*This Thesis is Written as One of The Requirement for Getting a **Bachelor Degree**
of **Economics** at The Faculty of Economics State University of Jakarta*

***STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2019***

ABSTRAK

Ismiani Puspita Sari, 2019: FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERLANGGANAN APLIKASI STREAMING MUSIK. Jakarta: Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Skripsi ini bertujuan: 1) untuk mengetahui sikap berpengaruh signifikan terhadap kesediaan untuk membayar, 2) untuk mengetahui sikap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, 3) untuk mengetahui persepsi nilai berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, 4) untuk mengetahui pengalaman merek berpengaruh signifikan terhadap kesediaan untuk membayar, 5) untuk mengetahui kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kesediaan untuk membayar. Metode pengumpulan data menggunakan data primer yaitu kuesioner. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 200 orang responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan software SPSS versi 24 dan analisis metode *Structural Equation Model (SEM)* dengan menggunakan AMOS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua hipotesis dalam penelitian ini diterima dengan nilai $t\text{-value} \geq 1.967$.

Kata Kunci: Sikap, Persepsi Nilai, Pengalaman Merek, Kepuasan, Kesediaan Membayar Lebih.

ABSTRACT

Ismiani Puspita Sari, 2019: FACTORS AFFECTING INTERESTS IN SUBJECT OF MUSIC STREAMING APPLICATIONS. Jakarta: Management Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta.

This thesis aims: 1) to find out which attitude has a significant effect on willingness to pay, 2) to find out which attitude has a significant effect on customer satisfaction, 3) to find out the perceived value has a significant effect on customer satisfaction, 4) to find out brand experience has a significant effect on willingness to pay, 5) to find out customer satisfaction has a significant effect on willingness to pay. Methods of data collection using primary data that is questionnaire. The number of samples in this study are 200 respondents. Data analysis in this study using software SPSS version 24, and SEM analysis method using AMOS version 22. The result show that all hypothesis in this study accepted with t-value ≥ 1.967 .

Keywords: Attitude, Perceived Value, Brand Experience, Satisfaction, Willingness to Pay Premium.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Segala puji bagi Allah atas segala rahmat dan karuniaNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Terselesaikannya skripsi ini tentunya tak lepas dari dorongan dan uluran tangan berbagai pihak. Oleh karena itu, tak salah kiranya bila penulis mengungkapkan rasa terima kasih yang pertama untuk Ayah Giyana dan Bunda Mia yang telah memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan yang tiada habisnya selama ini. Peneliti pun ingin mengucapkan terima kasih juga kepada:

1. Usep Suhud, M.Si, Ph.D selaku dosen pembimbing 1, terimakasih atas kesediaannya untuk membimbing, memberikan waktu dan ilmu serta dukungan yang telah diberikan selama ini.
2. Shandy Aditya BIB, MPBS. selaku dosen pembimbing 2, terimakasih atas kesediaannya untuk *sharing*, memberikan pendapat, dan mendorong peneliti untuk tetap semangat menyelesaikan skripsi tepat waktu.
3. Prof. Dr. Dedi Purwana E.S, M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Suherman, M.Si selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.
5. Semua dosen Manajemen FE UNJ yang telah mengajarkan dan memberikan ilmu serta pengalaman dalam banyak hal kepada penulis sehingga penulis bisa menulis skripsi ini.
6. Teman-teman kelas S1 Alih Program. Terima kasih atas setiap waktu yang telah dihabiskan bersama dengan saling mendukung, ketulusan, keceriaan serta kesenangan selama perkuliahan ini.
7. Teman-teman Alumni OSIS SMAN 98 Jakarta angkatan 24 yang selalu memberikan doa dan dukungan bagi peneliti.
8. Para sahabat dan teman-teman seperjuangan Keluarga Besar Mahasiswa Manajemen yang senantiasa memberikan semangat untuk menyelesaikan

Tugas Akhir ini. Terima kasih untuk selalu mendukung satu sama lain dan hiburan-hiburan nya.

9. Semua pihak yang tidak dapat praktikan sebutkan satu persatu yang telah membantu kelancaran penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Jakarta, Juli 2019

Penulis,

Ismiani Puspita Sari