

***The Influence of Perceived Value and Price Discount on Purchase Decision of Spotify Music Streaming Application's Premium Service
(a Case Study of Spotify Users in Cibinong)***

By Paksi Megantoro

Abstract

This study purposes to prove that there are effects of perceived value and price discount on purchase decision. This research data uses primary sources. The object of this research are Spotify users who reside or currently live in Cibinong, Kab. Bogor. This research used 100 samples with accidental sampling technique. The data analysis technique used is descriptive and essential data analysis. Based on the result of data processing through t-statistics test on SmartPLS 3.0, perceived value and price discount are showing significant effects on purchase decision with significance values of 5,913 dan 13,363, respectively. This indicates that Spotify should keep up their perceived value and improve their sales promotion using price discount to increase their premium

Keywords: *Perceived Value, Price Discount, Purchase Decision, Spotify*

**Pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan dan Potongan Harga terhadap
Keputusan Pembelian Layanan *Premium* Aplikasi *Music Streaming* Spotify
(Studi Kasus Pengguna Spotify Cibinong Kab. Bogor)**

Oleh Paksi Megantoro

Abstrak

Penelitian dilakukan untuk membuktikan bahwa ada pengaruh persepsi nilai pelanggan dan potongan harga terhadap keputusan pembelian. Data penelitian ini menggunakan sumber primer. Objek penelitian ini adalah pengguna Spotify yang berdomisili atau sedang beraktivitas di Cibinong, Kab.Bogor. Penelitian ini menggunakan 100 responden. Analisis data deskriptif dan inferensial digunakan untuk menguji data. Berdasarkan hasil pengolahan data melalui uji t-statistik pada SmartPLS 3.0 dapat ditunjukkan bahwa persepsi nilai pelanggan dan potongan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar masing-masing 5.913 dan 13.363. Hal ini menunjukkan bahwa Spotify harus mempertahankan nilai yang dirasakan dan meningkatkan promosi penjualan mereka menggunakan potongan harga untuk meningkatkan premi mereka.

Kata Kunci : Persepsi Nilai Pelanggan, Potongan Harga, Keputusan Pembelian, Spotify