



**PENGARUH PERSEPSI NILAI PELANGGAN DAN  
POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN LAYANAN *PREMIUM* APLIKASI *MUSIC*  
*STREAMING* SPOTIFY  
(Studi Kasus Pengguna Spotify Cibinong Kab. Bogor)**

**SKRIPSI**

**PAKSI MEGANTORO**

**1710111123**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2021**



**PENGARUH PERSEPSI NILAI PELANGGAN DAN  
POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN LAYANAN *PREMIUM* APLIKASI *MUSIC*  
*STREAMING* SPOTIFY**

**(Studi Kasus Pengguna Spotify Cibinong Kab. Bogor)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**PAKSI MEGANTORO 1710111123**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2021**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Paksi Megantoro

NIM : 1710111123

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan persyaratan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 2 Juli 2021

Yang Menyatakan,



(Paksi Megantoro)

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Paksi Megantoro  
NIM : 1710111123  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pmebanguna Nasional Veteran Jakrta Hak bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

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

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Bogor

Pada tanggal : 2 Juli, 2021

Yang Menyatakan,

A red 10,000 Rupiah Indonesian postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'SEPUULUH RIBU RUPIAH' and 'TEL. 20'. The signature is in black ink and is written over the stamp's details.

(Paksi Megantoro)

***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

# SKRIPSI

## PENGARUH PERSEPSI NILAI PELANGGAN DAN POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN *PREMIUM* APLIKASI *MUSIC* *STREAMING* SPOTIFY (Studi Kasus Pengguna Spotify Cibinong Kab. Bogor)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**PAKSI MEGANTORO**

**1710111123**

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal : 19 Juli 2021 dan  
telah dinyatakan memenuhi syarat yang diterima



**Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M.**

**Ketua Penguji**



**Rosali, S.E., M.M.**

**Penguji I**



**Yuliniar, S.E., M.M.**

**Penguji II (Pembimbing)**



**Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS**

**Dekan**



**Wahyudi, S.E., MM**

**Ketua Program Studi**

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Juli 2021



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450, Telepon 021-7656971  
Laman : [www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id), e-mail : [febupnvj@upnvj.ac.id](mailto:febupnvj@upnvj.ac.id)

**BERITA ACARA SIDANG SKRIPSI**  
**SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2020/2021**

Telah dilaksanakan Sidang Skripsi di hadapan Tim Penguji pada hari  
Senin, tanggal 19 bulan Juli tahun 2021:

Nama : Paksi Megantoro  
NIM : 1710111123  
Program : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan dan Potongan  
Harga terhadap Keputusan Pembelian Layanan *Premium* Aplikasi *Music*  
*Streaming* Spotify (Studi Kasus Pengguna Spotify Cibinong Kab. Bogor)

Dengan hasil **LULUS/ ~~TIDAK LULUS~~\***.

**Penguji**

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M.	Ketua Penguji	
2	Rosali, S.E., M.M	Penguji I	
3	Yuliniar, S.E., M.M.	Penguji II **)	

**Keterangan:**

- \*) Coret yang tidak perlu  
\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 19 Juli 2021  
Mengesahkan  
A.n. Dekan, Kaprodi. Manajemen S1



(Wahyudi, S.E., MM)



## PRAKATA

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, melalui nikmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Layanan Premium Aplikasi *Music Streaming Spotify*”** tanpa adanya kendala berarti.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Ibu Yuliniar SE., MM dan Ibu Dra. Bernadin Dwi M, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang bermanfaat bagi keberlanjutan penulisan karya tulis ini.

Di samping itu, penulis juga berterimakasih kepada orang tua, saudara, teman-teman yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan penulisan.

Penulis mohon maaf atas segala kekeliruan yang sangat mungkin terjadi pada penulisan skripsi ini. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dan seluruh pembaca.

Jakarta, 17 April 2021

(Paksi Megantoro)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	<b>iv</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>v</b>
<b>Abstrak</b> .....	<b>vi</b>
<b>SKRIPSI</b> .....	<b>vii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah.....	6
I.3 Tujuan Penelitian.....	6
I.4 Manfaat Hasil Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
II.1 Landasan Teori.....	8
II.1.1 Pemasaran.....	8
II.1.2 Persepsi Nilai Pelanggan.....	9
II.1.3 Potongan Harga .....	10
II.1.4 Keputusan Pembelian.....	12
II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	15
II.3 Model Penelitian Empiris.....	20
II.4 Hipotesis.....	20

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	21
III.1.1 Definisi Operasional .....	21
III.1.2 Pengukuran Variabel.....	22
III.2 Penentuan Populasi dan Sampel .....	23
III.2.1 Populasi.....	23
III.2.2 Sampel.....	23
III.3 Teknik Pengumpulan Data.....	24
III.3.1 Jenis Data .....	24
III.4 Teknik Analisis Data.....	27
III.4.1 Teknik Analisis Data Deskriptif .....	27
III.4.2 Teknik Analisis Data Inferensial .....	28
III.4.3 Uji Validitas .....	31
III.4.4 Uji Reliabilitas .....	32
III.4.5 Uji Hipotesis .....	33
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	36
IV.2 Deskripsi Data Penelitian .....	37
IV.2.1 Deskripsi Data Responden.....	38
IV.2.2 Analisis Data Deskripsi .....	40
IV.3 Uji Hipotesis dan Analisis .....	40
IV.3.1 Uji Validitas.....	41
IV.3.2 Uji Reliabilitas .....	43
IV.3.3 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	44
<b>IV.4 Uji Validitas .....</b>	<b>46</b>
IV.4.1 Persepsi nilai pelanggan terhadap Keputusan pembelian.....	46
IV.4.2 Pengaruh Potongan harga terhadap Keputusan pembelian.....	47
IV.5 Keterbatasan Penelitian .....	48
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>49</b>
V.1 Simpulan .....	49
V.2 Saran.....	50

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>51</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Revenue</i> Aplikasi <i>Music Streaming</i> Seluruh Dunia Q1 2020.....	2
Gambar 2. Paket Harga yang Ditawarkan Spotify .....	5
Gambar 3. Model Penelitian Empiris .....	20
Gambar 4. Langkah-langkah PLS .....	29
Gambar 5. Kerangka Model Penelitian .....	30
Gambar 6. Diagram Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	38
Gambar 7. Diagram Karakteristik Responden Menurut Usia.....	39
Gambar 8. Nilai <i>Loading Factor</i> .....	41

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya.....	18
Tabel 2. Pengukuran Variabel .....	22
Tabel 3. Skala likert.....	26
Tabel 4. Kisi-kisi instrumen .....	27
Tabel 5. Interpretasi Nilai Loading Factor .....	28
Tabel 6. Tingkat Realibilitas Nilai Cronbach Alpha .....	33
Tabel 7. <i>Loading Factor Outer Model</i> .....	40
Tabel 8. <i>Loading Factor</i> .....	42
Tabel 9. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	42
Tabel 10. <i>Composite Reliability</i> .....	43
Tabel 11. <i>Cronbach's Alpha</i> .....	43
Tabel 12. <i>R Square</i> .....	44
Tabel 13. <i>Q Square</i> .....	45
Tabel 14. Koefisien Jalur.....	45
Tabel 15. t-statistik .....	46

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Penelitian Terdahulu ( <i>Gap Research</i> ).....	56
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian .....	59