



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *SOCIAL MEDIA MARKETING*,
DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
LAYANAN PREMIUM SPOTIFY**

SKRIPSI

FABIAN CAHAYA LESMANA 1910111113

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

2022



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *SOCIAL MEDIA*
MARKETING, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN LAYANAN PREMIUM SPOTIFY**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memproleh Gelar
Sarjana**

FABIAN CAHAYA LESMANA 1910111113

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Fabian Cahaya Lesmana
NIM : 1910111113

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

Jakarta, 9 Desember 2022

Yang menyatakan,



Fabian Cahaya Lesmana

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Fabian Cahaya Lesmana
NTM : 1910111113
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

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

Pengaruh Kualitas Produk, *Social Media Marketing* , Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Premium Spotify

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/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 : Jakarta
Pada tanggal : 9 Desember 2022

Yang menyatakan,



Fabian Cahaya Lesmana

PENGESAHAN


SKRIPSI

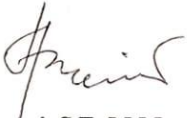
PENGARUH KUALITAS PRODUK, *SOCIAL MEDIA* *MARKETING*, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN PREMIUM SPOTIFY


Dipersiapkan dan disusun oleh :



Fabian Cahaya Lesmana 1910111113


Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 23 Desember 2022
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima


Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M
Ketua Penguji


Lina Arvani, S.E, M.M
Penguji I


Yuliniar S.E, M.M.
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis


Siti Hidayati, S.E., M.M.
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 23 Desember 2022

***The effect of Product Quality, Social Media Marketing, and Lifestyle on
Purchase Decision***

By Fabian Cahaya Lesmana

Abstract

This study discusses The effect of Product Quality, Social Media Marketing, and Lifestyle on Purchase Decision. The purpose of this study was to determine the influence of Product Quality, Social Media Marketing, and Lifestyle on Purchase Decisions for Spotify Premium Services. The method used is quantitative. Data collection was carried out by distributing questionnaires. The population in this study were Spotify premium users in the Jabodetabek area, for the sample using the lemeshow formula which was then obtained as many as 100 respondents. The sampling technique used in this research is purposive sampling technique. The results of the study show that there is a positive and significant influence between product quality, social media marketing, and lifestyle on purchasing decisions. The conclusion from the study is that there is a fairly strong influence between product quality, social media marketing and lifestyle on purchasing decisions. The suggestion from this research is for Spotify to be able to develop other interesting features which of course the technology for listening to music will be more sophisticated from time to time in today's digital age. For this reason, Spotify must be able to continue to compete in the market with its latest innovations.

Keywords : *Product Quality, Social Media Marketing, Lifestyle, Purchase Decision*

Pengaruh Kualitas Produk, *Social Media Marketing*, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Layanan Premium Spotify

Oleh Fabian Cahaya Lesmana

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang pengaruh Kualitas Produk, Social Media Marketing, dan Gaya Hidup. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui besarnya pengaruh Kualitas Produk, Social Media Marketing, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Layanan Spotify Premium. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna spotify premium di wilayah jabodetabek, untuk sampel menggunakan rumus lemeshow yang kemudian didapatkan sebanyak 100 responden. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara kualitas produk, social media marketing, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Kesimpulan dari penelitian bahwa terdapat pengaruh yang cukup kuat antara Kualitas produk, social media marketing dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Saran dari penelitian ini adalah untuk Pihak spotify untuk dapat mengembangkan fitur-fitur menarik lainnya yang tentunya teknologi dalam mendengarkan musik akan semakin canggih dari waktu ke waktu pada zaman digital seperti saat ini. Untuk itu spotify harus dapat terus bersaing di pasaran dengan inovasi-inovasi terbarunya.

Kata kunci : Kualitas Produk, *Social Media Marketing*, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2022/2023

Hari ini Jumat, tanggal 23 Desember 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Fabian Cahaya Lesmana

No.Pokok Mahasiswa : 1910111113

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :
Pengaruh Kualitas Produk, Social Media Marketing, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Layanan Premium Spotify
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M.	Ketua	1.
2	Lina Ariyani, SE, MM	Anggota I	2.
3	Yuliniar, SE, MM	Anggota II (**)	3.

Keterangan :

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

Jakarta, 23 Desember 2022
Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprod. Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, M.M.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, *Social Media Marketing*, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Layanan Premium Spotify”** terlaksana dengan sebaik-baiknya.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan kelulusan yang wajib ditempuh untuk menyelesaikan studi di program studi S-1 Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta serta penelitian ini juga dapat menjadi wawasan baru bagi masyarakat.

Selama proses penelitian dan penulisan skripsi ini. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih dan doa kepada:

1. Allah SWT, atas segala berkat dan perlindungan-Nya.
2. Ibu Dr. Dianwicakasih Ariefiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta.
3. Ibu Siti Hidayati, SE, MM, selaku kepala Program Studi S1 Manajemen UPN Veteran Jakarta.
4. Ibu Yuliniar, SE, MM, yang telah bersedia menjadi dosen pembimbing skripsi serta memberikan wawasan baru, dukungan, masukan yang Baik bagi penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih belum sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca. Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Jakarta, 9 Desember 2022



Fabian Cahaya/Lesmana

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
<i>Abstract</i>	vi
Abstrak	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah.....	8
I.3 Tujuan Penelitian.....	8
I.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
II.1 Landasan Teori	10
II.1.1 Pemasaran	10
II.1.2 Kualitas Produk.....	11
II.1.3 Gaya Hidup	13
II.1.4 Social Media Marketing.....	14
II.1.5 Keputusan Pembelian.....	17
II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	19
II.3 Model Penelitian Empiris	21
II.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
II.3.2 Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
II.3.3 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	22

II.3.4	Model Penelitian	23
II.4	Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN		24
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	24
III.2	Populasi dan Sampel	25
III.2.1	Populasi.....	25
III.2.2	Sampel	26
III.3	Teknik Pengumpulan Data	27
III.3.1	Jenis Data.....	27
III.3.2	Sumber Data	27
III.3.3	Pengumpulan Data.....	27
III.4	Teknik Analisis Data	28
III.4.1	Teknik Analisis Data Deskriptif	28
III.4.2	Statistik Analisis Data Inferensial	30
III.4.3	Uji Validitas.....	32
III.4.4	Uji Reliabilitas	33
III.4.5	Pengujian Hipotesis (Resampling Bootstraping).....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		36
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian	36
IV.2.1	Deskripsi Responden	37
IV.2.2	Analisis Data Deskriptif	40
IV.3.1	Model Pengukuran (Outer Model).....	44
IV.3.2	Uji Instrumen	46
IV.3.3	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	49
IV.4	Pembahasan	51
IV.4.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	51
IV.4.2	Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian	52
IV.4.3	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	54
IV.5	Keterbatasan Penelitian	55
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		56
V.1	Simpulan.....	56
V.2	Saran	57

DAFTAR PUSTAKA	58
RIWAYAT HIDUP	61
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil Penelitian Sebelumnya	19
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	25
Tabel 3. Instrumen Skala Likert.....	27
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	28
Tabel 5. Teknik Penilaian	29
Tabel 6. Interpretasi Nilai Indeks	30
Tabel 7. Uji Reliabilitas	33
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	38
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Bulan.....	40
Tabel 13. Indeks tanggapan responden terhadap Keputusan Pembelian	40
Tabel 14. Indeks tanggapan responden terhadap Kualitas Produk	41
Tabel 15. Indeks tanggapan responden terhadap Social Media Marketing	42
Tabel 16. Indeks tanggapan responden terhadap Gaya Hidup.....	43
Tabel 17. Convergent Validity	46
Tabel 18. AVE (Avarage Variance Extracted).....	47
Tabel 19. Hasil nilai Cronbach's Alpha dan Composite reliability	48
Tabel 20. Nilai R Square Adjusted	49
Tabel 21. Hasil Uji t	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Perkembangan Pengguna Internet di Indonesia	2
Gambar 2. Streaming Musik dengan unduhan Terbanyak pada tahun 2021	4
Gambar 3. Jumlah Pelanggan Premium Spotify (2015-2021)	5
Gambar 4. Model Penelitian PenelpPRNPeneliti MoPenelitian	23
Gambar 5. Tahapan Analisis	30
Gambar 6. Logo Profil Spotify	36
Gambar 7. Outer Model Loading Factor.....	45
Gambar 8. Inner Model	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	62
Lampiran 2. Data Kuesioner	68
Lampiran 3. Hasil Analisis Deskriptif	80
Lampiran 4. Model Pengukuran (Outer Loading).....	82
Lampiran 5. Hasil Output SmartPLS	83
Lampiran 6. Hasil Turnitin.....	85